

Deutsche Online-Shopper setzen auf DHL

- *Über ein Viertel der deutschen Verbraucher bestellt mehrmals im Monat online*
- *29 Prozent brechen einen Einkauf ab, wenn der Online-Shop nicht ihren bevorzugten Paketdienst als Zusteller anbietet*
- *90 Prozent der Deutschen vertrauen in erster Linie auf die DHL*

DARMSTADT, 02. Mai 2022 – Pitney Bowes, ein globaler Anbieter von Versand- und Postbearbeitungslösungen sowie damit verbundenen Technologien, Logistik- und Finanzdienstleistungen, veröffentlicht heute die neuesten Ergebnisse seiner BOXpoll-Befragungen zu grenzüberschreitendem E-Commerce. Die Ergebnisse zeigen: Im internationalen Vergleich sind deutsche Online-Shopper eher zurückhaltend.

Über ein Viertel (28 Prozent) der Befragten kauft mehrmals monatlich in deutschen Online-Shops ein und immerhin rund ein Drittel (34 Prozent) etwa einmal im Monat. In China (58 Prozent) und Südkorea (57 Prozent) liegen die Werte für mehrere Einkäufe im Monat bei Online-Shops im Inland aber mehr als doppelt so hoch. Den höchsten Wert in Europa weist Großbritannien mit 37 Prozent auf, besonders niedrig ist der Anteil in Frankreich. Hier kaufen gerade einmal 21 Prozent mehrmals monatlich im Inland online ein.

Einkäufe in ausländischen Online-Shops haben sich mittlerweile etabliert. Einmal pro Monat bestellt im Schnitt jeder Fünfte im Ausland – und zwar länderübergreifend. Mehrmals monatlich auf internationale Shoppingtour zu gehen, ist allerdings eher unüblich. In Deutschland tun das gerade einmal sieben Prozent – der international niedrigste Wert. Die Online-Shopper in China dagegen sind weniger zimperlich. Hier kauft rund jeder Fünfte (21 Prozent) mehrmals monatlich in ausländischen Online-Shops ein.

DHL – Der Dienst, dem die Deutschen vertrauen

Immerhin 29 Prozent der Befragten in Deutschland haben einen bestimmten Paketdienst, auf den sie vertrauen. Und wenn ein Online-Shop nicht mit diesem Paketdienst zusammenarbeitet, dann brechen sie ihren Einkauf dort ab. Das Bild ist dabei eindeutig: DHL ist in Deutschland erste Wahl. 90 Prozent der Online-Shopper vertrauen dem Konzern. Dahinter folgen Hermes mit 51 Prozent und die DPD mit 31 Prozent.

Dieses Ergebnis reflektiert die Machtverhältnisse auf dem Paketmarkt. Laut dem Pitney Bowes Parcel Shipping Index 2021 dominiert die DHL den Markt nach Paketvolumen mit einem Anteil von rund 49 Prozent. Dahinter folgt, wie auch beim Vertrauensranking, Hermes (14 Prozent). Auf Rang drei liegt hier allerdings vor der DPD (10 Prozent) noch UPS (12 Prozent). Die haben es beim Vertrauensranking nicht unter die Top Drei geschafft.

Warum Online-Shopper ihren Einkauf abbrechen

In der Erhebung wurden die Verbraucher gefragt, weshalb sie von einem Einkauf in britischen und US-amerikanischen Online-Shops absehen würden. Interessanterweise sind die aktuellen Störungen der Lieferkette kein besonders großes Hindernis: Nicht einmal jeder dritte Verbraucher in Deutschland lässt sich dadurch vom Online-Shopping abhalten.

Abschreckender sind dagegen die Versandkosten, insbesondere aus den USA. 53 Prozent der hiesigen Online-Shopper nehmen deswegen Abstand davon, aus Übersee zu ordern. Knapp die Hälfte stößt sich zudem an zu langsamem Versand. Was aber heißt „zu langsam“?

Versandgeschwindigkeit ist relativ

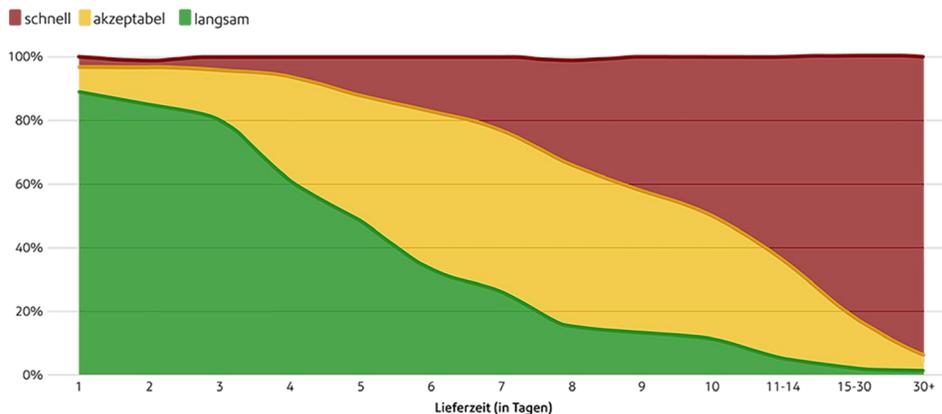
Die Geduld der deutschen Online-Shopper ist im internationalen Vergleich relativ hoch. Bei einer Bestellung in den USA etwa schätzen 47 Prozent eine Versandzeit von fünf Tagen als „schnell“ ein. Vier Tage ist hierzulande für 59 Prozent „schnell“. China und Frankreich dagegen erwarten mehr: Hier bewerten nur 41 Prozent (China) und 45 Prozent (Frankreich) der Verbraucher vier Tage als schnellen Versand. In Deutschland geht eine Versandzeit von acht Tagen für über die Hälfte der Verbraucher als „akzeptabel“ durch. In China (40 Prozent) und Frankreich (42 Prozent) sieht man das anders.

Von der britischen Insel dagegen soll es bitte nicht so lange dauern. Vier Tage halten hier gerade einmal 43 Prozent für „schnell“, fünf Tage Lieferzeit sogar nur noch 24 Prozent. Obwohl geografisch näher gelegen, haben es die Online-Shopper in Frankreich nicht so eilig. 43 Prozent befinden eine Lieferzeit von fünf Tagen für „schnell“, vier Tage sind für 58 Prozent ein schneller Versand. Einig sind sich die Online-Shopper in Deutschland (46 Prozent) und Frankreich (45 Prozent), dass sieben Tage Versanddauer „akzeptabel“ sind. Acht Tage dagegen sind hierzulande schon wieder zu langsam: Nur 36 Prozent nehmen diese Versandzeit als akzeptabel hin, in Frankreich sind es dagegen 43 Prozent.

Internationale Wahrnehmung von Geschwindigkeit

Wir haben Verbraucher gefragt, welche Lieferzeiten sie bei einer Bestellung in den USA als schnell, akzeptabel oder langsam ansehen würden.

Deutschland



Verbraucher in Deutschland haben eine hohe Toleranz für längere Versanddauer. (Quelle: Pitney Bowes)

Bis zur Haustür

In allen befragten Ländern ist die Lieferung nach Hause am beliebtesten. Die Abholung in Paketshops dagegen ist am wenigsten gefragt. Hierzulande ist das Ranking besonders deutlich. Auf einer Skala von 1 – besonders bevorzugt - bis 3 – am wenigsten bevorzugt – liegt die Zustellung nach Hause mit 1,27 eindeutig vorne. Abholung an einer Paketbox kommt mit 2,02 auf Rang zwei, die Paketshops haben mit 2,71 ganz klar die niedrigste Priorität.

In Frankreich und Großbritannien ist die Reihenfolge identisch. Der Abstand zwischen Paketzustellung an der Haustür und Paketboxen ist ebenfalls deutlich. Allerdings liegt die Popularität der Paketshops wesentlich näher an der von Paketboxen: In Frankreich liegen die Paketshops (2,37) nur knapp hinter den Paketboxen (2,14). In Großbritannien sind Paketboxen (2,37) und Paketshops (2,39) sogar fast gleichauf.

Zahlen, bitte!

Versandkosten sind immer wieder ein heikler Diskussionspunkt. Daher wurden die Online-Shopper befragt, wie viel Porto sie bereit wären zu zahlen. Die fiktive Bestellung wäre aus einem Online-Shop in den USA und hätte einen Wert von 100 USD. Es zeigte sich: Die Befragten in Deutschland würden ihre Geldbörse weit öffnen. Für einen Versandzeitraum von bis zu drei Tagen fänden sie 35 EUR in Ordnung. In Frankreich (rund 19 EUR) und Großbritannien (rund 13 GBP) ist man knauseriger.

Hierzulande würden die Online-Shopper selbst für einen Lieferzeitraum von sieben bis zehn Tagen mit 25 EUR immer noch fast doppelt so viel Porto zahlen wie Franzosen für den schnellsten Versand. Für eine Lieferung in sieben bis zehn Tagen wären die Befragten in Frankreich nur bereit, 14 EUR zu bezahlen – in Großbritannien sind es sogar nur knapp 9 GBP.

Über BOXpoll

BOXpoll ist eine wöchentliche Verbraucherbefragung zu aktuellen Veranstaltungen, Kultur und E-Commerce, die Pitney Bowes gemeinsam mit Morning Consult durchführt. Für diese Umfrage wurden über 2000 Verbraucher im Februar 2022 befragt.

Über Pitney Bowes

Pitney Bowes, ist ein globaler Anbieter von Versand- und Postbearbeitungslösungen, der Technologien, Logistik und Finanzdienstleistungen für mehr als 90 Prozent der Fortune 500-Unternehmen bereitstellt. Kleine Unternehmen, Einzelhändler, Konzerne und Behörden verlassen sich darauf, dass Pitney Bowes den Post- und Paketversand vereinfacht. Weitere Informationen finden Sie auf der Website von Pitney Bowes unter www.pitneybowes.com/de.

###

Pressekontakt:

Daniel Junglas
BCW GmbH
Darmstädter Landstraße 112
60598 Frankfurt am Main
+49 173 66 400 31
Daniel.Junglas@bcw-global.com

Kontakt bei Pitney Bowes:

Astrid Schüler
Pitney Bowes Deutschland GmbH
Poststraße 4-6
64293 Darmstadt
+49 6151 5202 208 / +49 170 924 7817
Astrid.Schueler@pb.com