

# Hermes / ECC Köln

## Kommunikation ist King – auch bei der Lieferung

Donnerstag, 06.02.2020

Jeder fünfte Konsument ist mit dem Zustellprozess nach dem Onlinekauf unzufrieden. Insbesondere unzureichende Informationen zur Lieferung sowie ein falscher Zustellort werden noch immer bemängelt, so ein Ergebnis der Studie „Stadt. Land. Los.“, des ECC Köln in Zusammenarbeit mit Hermes Germany. Daraus abgeleitet wurde das Thesenpapier „5 Thesen zur Zukunft der Zustello-logistik“. „Convenience ist bei der Paketzustellung für Kunden zentral. Um den Lieferprozess allerdings nachhaltig zufriedenstellend gestalten zu können, muss sich die Zustello-logistik mit Blick auf neue Logistikansprüche dringend weiterentwickeln“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln, zu dem das ECC gehört.

Die fünf Thesen, die die Forscher gemeinsam mit dem Logistiker Hermes herausgearbeitet haben, lauten:

1. Die Basis muss stimmen: Zuverlässige und flexible Zustellung sind Hygienefaktoren – auf die Kommunikation kommt es an
2. Haustürzustellung wird zum Engpass: Alternative Zustellorte gewinnen an Relevanz
3. Stadt vs. Land: Ansprüche der Konsument\*innen variieren je nach Region
4. Think Smart: Smart Data bietet Schlüssel zur perfekten Versanddienstleistung
5. Der letzte Eindruck zählt: Retoure muss ebenfalls kundenorientiert ausgestaltet werden

Damit Onlineshopper mit dem Lieferprozess wirklich zufrieden sind, so die Studie, müssen Pakete vor allem zuverlässig und pünktlich zugestellt werden. Dabei seien verlässliche Informationen über den Lieferstatus für die Konsumenten zunehmend wichtig. Eine besonders schnelle Lieferung verliere für die Befragten dagegen an Relevanz – hier ist die Kundenzufriedenheit bereits nahezu ausgeschöpft, wie die Studie „Stadt, Land, Los“ von ECC Köln in Zusammenarbeit mit Hermes zeigt.

### Zielgerichtete Kommunikation noch nicht ausgeschöpft

Obwohl 69 Prozent der Konsumenten den Lieferprozess beeinflussen möchten, hat eine Mehrheit von 54 Prozent noch nie in den Lieferprozess eingegriffen. Die Gründe hierfür sind laut der Studie vielfältig: Während 41 Prozent der Konsumenten darauf hoffen, dass das Paket auch ohne die entsprechende Kommunikation in der Nachbarschaft abgegeben wird, konnten rund 16 Prozent keine für sie passendere alternative Zeit nennen. Knapp ein Drittel der Befragten (30 Prozent) gab an, keine Möglichkeit zum Eingreifen in den Lieferprozess angeboten bekommen zu haben. Um die Paketzustellung zukünftig passgenauer und kundenfreundlicher zu gestalten, gilt es auch laut der Studie, die Kommunikationsmaßnahmen weiter auszubauen und stärker im Zustellalltag zu etablieren. In diesem Rahmen werden auch soziale Medien und Versanddienstleister-Apps zunehmend interessanter für die Kunden: Während sich 18 Prozent der Befragten über Social Media zum Versandprozess informieren wollen, nutzt jeder Dritte bereits eine Versanddienstleister-App. „Die direkte, digitale Interaktion zwischen Versanddienstleister und Empfänger schafft Mehrwerte für alle drei Beteiligten und rundet das

Einkaufserlebnis ab: Der Händler profitiert, da die Kundenzufriedenheit erhöht wird und durch zielgenaue Zustellung die Retourenquoten gesenkt werden. Parallel wird die Effizienz in der letzten Meile gesteigert, da nicht erfolgreiche Zustellversuche vermieden werden. Und der Endkunde kann die Sendung genau dort empfangen, wo er möchte, ohne sich bereits im Check-Out des Händlers Gedanken über seinen Tagesablauf machen zu müssen“, so Dennis Kollmann, Geschäftsführer Sales bei der Hermes Germany GmbH.

## **Kommunikation ist King – auch bei der Lieferung**

### **Links**

- [Hermes](#)