ParcelLab
Online-Kunden warteten 2021 länger auf Pakete

Mittwoch, 12.01.2022

Die Liefergeschwindigkeit im deutschen Online-Handel nimmt kontinuierlich ab und erreichte in der Vorweihnachtszeit 2021 einen Tiefpunkt. Das zeigt eine Auswertung des Münchner Spezialisten für Operations Experience Management, parcelLab, der dafür die Lieferdaten seiner über 500 Handelskunden im deutschsprachigen Raum analysierte.

Wurden vor Beginn der Corona-Pandemie im Januar und Februar 2020 noch bei rund 45 Prozent der Bestellungen innerhalb von 24 Stunden der erste Zustellversuch unternommen, sorgte der unerwartete Zuwachs an Online-Orders zu Beginn der Corona-Pandemie im April vergangenen Jahres dafür, dass die Zusteller nur noch bei 27,32 Prozent der Bestellungen innerhalb von 24 Stunden an den Türen der Kunden klingelten. Und offenbar schafften die Händler es nicht, die Logistik für das wachsende Volumen zu skalieren. Im Gegenteil: Die Anzahl an Bestellungen mit Zustellzeiten von bis zu 24 Stunden lag 2021 mit 18,7 Prozent deutlich unter dem Vorjahreswert (29,7 Prozent).

Im Gegenzug legte die Zahl der Bestellungen, die innerhalb von zwei Tagen zugestellt wurden, um 10,6 Prozent von 23,5 Prozent 2020 auf 26 Prozent 2021 zu. Der Anteil der Bestellungen, für deren Auslieferung die Händler drei Tage benötigten, wuchs gar um 20,5 Prozent auf 19,4 Prozent. Im Schnitt verschlechtere sich die durchschnittliche Zustellgeschwindigkeit in Deutschland von 2,8 Tagen im Jahr 2020 auf 3,0 Tage im Jahr 2021. Noch schlechter ist die Situation in Österreich: Hier verlangsamten sich die Zeiten von 3,2 auf 4,0 Tage. Auch in der Schweiz kam es zu Verzögerungen von ursprünglich 3,5 auf jetzt 3,8 Tage.

Weihnachten 2021 bringt Händler in Fulfillment-Schwierigkeiten

Noch drastischer zeigt sich der Vergleich der Zustellzeiten im diesjährigen Vorweihnachtsgeschäft: Wurden im November und Dezember 2020 noch 23,6 beziehungsweise 20,1 Prozent der Bestellungen innerhalb von 24 Stunden erstmals ausgeliefert, waren es in den Vergleichsmonaten 2021 nur noch 4,2 bzw. 3,86 Prozent. Stattdessen kletterte die Zahl der Bestellungen, für die die Händler im November und Dezember 2021 zwei bzw. drei Tage bis zur Auslieferung brauchten, von 21,3 Prozent im Vorjahr auf 25,5 Prozent. Der Anteil an Bestellungen, der erst nach vier Tagen beim Kunden ankam, verdoppelte sich gut von 8,5 auf 17,9 Prozent.

Eine Analyse der Probleme, die bei der Zustellung entstehen können, zeigt hingegen gegenüber den Vorjahren ein vergleichsweise konstantes Bild. Am meisten macht den Händlern und Zustellern zu schaffen, dass Zustellungen scheitern, weil der Empfänger am Zustellort nicht anzutreffen ist. Dieser Wert hat sich allerdings - erklärbar durch die hohe Quote an Mitarbeitern im Home Office - gegenüber dem Jahr 2020 reduziert. Waren 2020 noch 53,4 von 100 Lieferproblemen sogenannte Failed Attempts, reduzierte sich der Wert auf 33,87 Prozent. Verdoppelt hat sich hingegen das Problem, dass Sendungen in die falschen Carrier-Depots geroutet werden. Auch die Zahl der Sendungen, die auf der Strecke zwischen Carrier und Endkunde hängen bleiben, ist gestiegen. 15,6 Prozent der Zustellprobleme entfallen inzwischen auf fehlenden Updates des Carriers beim Zustellprozess. Im Vorjahr betrug der Anteil noch 6,8 Prozent. Die Zahl an Sendungen, die der Fahrer im Rahmen seiner Arbeitszeit wegen Überlastung

nicht zustellen konnte, sank gegenüber dem Vorjahr leicht, legte allerdings in der Cyber Week erkennbar zu. Lag der durchschnittliche Anteil im Gesamtjahr 2021 bei 9,1 Prozent aller Zustellprobleme, kletterte der Wert an Black Friday und Cyber Monday auf 12,13 Prozent.

Längere Lieferzeiten erfordern Kommunikation

„Angesichts der Tatsache, dass die Zustellzeiten sich verlangsamt haben, gewinnen Status-Mails über den aktuellen Status im Versandprozess an Bedeutung“, erklärt parcelLab-Mitgründer Anton Eder. Dies zeigt die Analyse der Öffnungsraten von Versandkommunikations-Mails, die im November und Dezember 2021 deutlich über denen im Vorjahreszeitraum liegen. Die höchsten Öffnungsraten verzeichneten demnach in der Vorweihnachtszeit 2021 Nachrichten über Zustellverzögerungen, gefolgt von der Information, dass die Sendung beim Carrier angemeldet wurde. Auch Informationen über gescheiterte Zustellversuche und die Nachricht, dass die Ware ins Zustellfahrzeug geladen wurde, stieß bei den Kunden auf sehr hohe Aufmerksamkeit.

Online-Kunden warteten 2021 länger auf Pakete

Links

- ParcelLab