

Pressemitteilung

Neue Studie untersucht steigenden Trend zu Quick Commerce in Deutschland

- Capterra befragt Online-Shopper zur Bedeutung von schnellen Lieferzeiten für ihre Kaufentscheidung
- Pandemie verändert die Erwartungshaltung der Online-Shopper maßgeblich
- Gut die Hälfte der Befragten nutzt bereits Essenslieferungen und erwartet diese in unter einer Stunde

München, 02.11.2021 – Quick Commerce heißt der neue Trend im E-Commerce. Die Software-Bewertungsplattform Capterra befragte über 1000 Online-Shopper zum Thema Lieferzeiten. Die Studie untersucht die Akzeptanz des Q-Commerce und wie wichtig den Deutschen schnelle Lieferungen sind. Welche Faktoren machen die perfekte Lieferung aus?

Wichtige Erkenntnisse im Überblick:

- 46 % würden die Lieferzeit für ihre bestellten Produkte gern verkürzen, allerdings würden nur zwischen 30 und 40 % (je nach Produkt) mehr für eine Lieferung am selben Tag bezahlen.
- Ein Viertel der Online-Shopper wollen Lebensmittellieferungen in unter einer Stunde erhalten.
- Fast jeder Zweite nutzt bereits Essenslieferungen (45 %). Dabei erwarten 92 % ihre Lieferung in unter einer Stunde.
- 17 % erwarten, seit der Pandemie weniger für die Lieferung der Produkte zu zahlen.

Die Lieferzeit ist der zweitwichtigste Faktor bei Onlinekäufen

Mit Ausnahme der Lebensmittel beträgt die am häufigsten genannte Lieferzeit zwischen 3 und 5 Tagen, beispielsweise für Elektronik, Haushaltsprodukte oder Bücher. Fast die Hälfte der Shopper (48 %) haben einen Premium-Lieferservice (wie Amazon Prime) abgeschlossen und erhalten Produkte bereits innerhalb von 24-48 Stunden.

46 % würden die Lieferzeit für ihre bestellten Produkte gern verkürzen. Vor allem für Lebensmittel und Medizin ist das entscheidend: 25 % der Online-Shopper erwarten ihre Lebensmittellieferung in unter einer Stunde.

34 % der Konsumenten geben an, dass sie für die Lieferung in einem Tag für Lebensmittel und Elektronik bis zu 10 % mehr bezahlen würden, für medizinische Produkte sind es 36 %. Dieser Aufschlag macht sich bei Elektronik mehr bemerkbar als bei Lebensmitteln und Medizin. Der Großteil der Online-Shopper würde jedoch nicht für eine schnellere Lieferung bezahlen: Der Preis bleibt der wichtigste Aspekt bei der Lieferung von Online-Einkäufen.

Die Pandemie hat die Erwartungshaltung der Online-Shopper verändert

Die Erwartungen bezüglich Lieferzeiten haben sich für 51 % durch die Pandemie verändert. Konsumenten erwarten:

- für die Lieferung der Produkte weniger zu zahlen (17 %),
- mehr Einblicke in den Lieferprozess (17 %),
- mehr logistische Optionen beim Umtausch oder der Rückgabe von Produkten (11 %),
- Produkte am selben Tag geliefert zu bekommen (6 %).

Besonders wichtig sind den Konsumenten Einblicke in den Lieferprozess. Dies wird als genauso wichtig betrachtet wie die Kosten der Lieferung. Die Lieferung am selben Tag ist im Vergleich weniger wichtig als andere Faktoren wie beispielsweise die einfache Rückgabe von Produkten.

Müssen Geschäfte mit langen Lieferzeiten Angst haben?

Auf die Frage, ob Online-Shopper aufhören würden, bei einem Geschäft einzukaufen, wenn es keine Lieferung am selben Tag anbietet, antwortet die eindeutige Mehrheit (81 %) mit Nein.

„Kunden werden nicht aufhören, bei ihrem Lieblingsgeschäft zu kaufen, wenn es keine 1-Tages-Lieferung anbietet. Der Trend des schnellen Commerce wird sich jedoch immer mehr ausbreiten. Auch wenn es heute noch nicht der wichtigste Faktor ist, ist die Tendenz jedoch steigend“, merkt Ines Bahr, Senior Content Analyst bei Capterra, an.

„Als größte Probleme bei der Lieferung nennen Online-Shopper hohe Versandgebühren (42 %) und Lieferverzögerungen (21 %). Unternehmen sollten sich also erst einmal darauf konzentrieren, diese Probleme anzugehen.“

Methodik der Umfrage

Die Umfrage wurde im Oktober 2021 mit 1016 Teilnehmern aus Deutschland durchgeführt. Qualifizierte Teilnehmer sind über 18 Jahre alt und kaufen üblicherweise online ein.

Über Capterra

Capterra hilft Unternehmen weltweit, die richtige Software für ihre Anforderungen zu finden. 1999 gegründet, bietet Capterra mit seiner globalen Produktpräsenz, verifizierten Nutzerbewertungen, unabhängigen Testberichten und maßgeschneiderten Vergleichstools jeden Monat mehr als fünf Millionen Käufern Zuversicht bei der Softwareauswahl. Weitere Informationen unter capterra.com.de.