

Pressemitteilung

3 Tipps, wie Onlinehändler die Erwartungen von Konsumenten erfüllen

Neue Huboo-Studie zu Konsumentenverhalten / Lieferkosten sind wichtigstes Kriterium für internationalen Kaufabschluss

Leipzig, 15. Dezember 2022 – Mit 53 Prozent sind Lieferkosten für Konsumenten in Deutschland das wichtigste Kriterium bei internationalen Online-Bestellungen. Das ist eines der zentralen Ergebnisse der Studie „Consumer Behaviour (Germany)“ des E-Fulfillment-Dienstleisters Huboo. Dafür wurden 2.000 Verbraucher in Deutschland rund um ihr Online-Konsumverhalten befragt, die mindestens alle sechs Monate Produkte online erwerben. „Die Erwartungen an den Onlinehandel sind in den letzten Jahren massiv gestiegen“, sagt Andrej Kotliar, Sales Manager DACH bei der Huboo E-Commerce Technologies GmbH. Und weiter: „Retailer müssen einen immer besseren Service bieten und möglichst auch international kostenfrei innerhalb weniger Tage zustellen.“

Mit diesen drei Tipps von Huboo bleiben Onlinehändler wettbewerbsfähig:

3 Tipps für Onlinehändler, um attraktiv zu bleiben

1. Kostenfreie Lieferung im niedrigen Preissegment

Laut Studie erwarten Kunden bei einer internationalen Lieferung durchschnittlich bereits ab 33 Euro einen Gratis-Versand. „Gerade für kleine und mittlere Onlinehändler ist es fast unmöglich, länderübergreifend schon im derart günstigen Preissegment kostenfreie Lieferungen anzubieten“, sagt Kotliar. Und weiter: „Fulfillment-Dienstleister können Abhilfe schaffen, da sie meist besonders gute Konditionen mit Lieferdiensten verhandelt haben und sämtliche Lager- und Logistikprozesse übernehmen. So findet die Ware schnell und kosteneffizient zum Endkunden.“ Für eine kostenfreie Lieferung sind rund drei Viertel der Konsumenten bereit, zusätzliche Produkte zu erwerben.

2. Schneller als die Konkurrenz erlaubt

Auf dem zweiten Platz der wichtigsten Kriterien für internationale Online-Bestellungen liegt mit 47 Prozent die Lieferzeit. Online Retailer benötigen für eine Zustellung innerhalb weniger Tage effiziente Prozesse über die gesamte Lieferkette hinweg: vom Lagern der Ware über das Kommissionieren und Verpacken bis hin zur

Auslieferung an den Endkunden. Die direkte Lagerung im Zustellungsland beschleunigt aufgrund der damit garantierten Kundennähe die Lieferung. Zudem müssen die Lagerbestände flexibel anpassbar sein, um saisonale Peaks abzufedern. Logistik-Outsourcing entlastet die Händler im Tagesgeschäft. So können sie sich auf die Entwicklung ihres Produktsortiments und den Verkauf ihrer Produkte konzentrieren.

3. Marktplätze nutzen und Vertrieb ankurbeln

Um die Käuferschaft auch international zu erreichen und Geschäft zu generieren, ist es wichtig, auf internationalen Marktplätzen präsent zu sein. Denn: 70 Prozent der Verbraucher beziehen von dort aus ihre internationalen Einkäufe. Als Fulfillment-Dienstleister arbeitet Huboo mit zahlreichen Partnern und Anbietern wie eBay, Amazon und Etsy zusammen und händelt die internationalen Logistik- und Versandprozesse. Online Retailer profitieren von einem zentralisierten Bestellmanagement und können so auch mit begrenzten Ressourcen Kundenservices in verschiedenen Ländern anbieten.

Huboo veröffentlicht regelmäßig neue Studien und Tipps rund um den Logistik- und E-Commerce-Markt. Weitere Informationen gibt es hier:

<https://www.huboo.com/de/blog/>

Pressekontakt

Andrej Kotliar: press-media@huboo.com

VOCATO public relations GmbH

Sabrina Stünkel: +49 2234 60198-21, sstuenkel@vocato.com

Romy Schächtel: +49 2234 60 198-23, rschaechtel@vocato.com

Über Huboo:

Huboo ist ein Fulfillment-Dienstleister für Online-Shops – von Start-ups über etablierte Unternehmen bis hin zu Großunternehmen. Das 2017 von Martin Bysh und Paul Dodd gegründete Unternehmen mit Hauptsitz in Großbritannien (Bristol) bietet einen umfassenden, softwaregesteuerten Fulfillment-Service für alle Unternehmensgrößen an – von der Bestandsverwaltung, Lagerung, Kommissionierung und Verpackung bis hin zum Versand der verkauften Artikel. Die operative Kerntechnologie von Huboo lässt sich in beliebte Verkaufskanäle und Marktplätze integrieren, um Bestellungen direkt und in Echtzeit zu empfangen und zu verarbeiten. Neben Deutschland (Leipzig) hat Huboo Standorte in den Niederlanden (Eindhoven) und Spanien (Madrid). Seit Gründung vor fünf Jahren ist Huboo von zwei auf über 800 Mitarbeiter und von 60 Kunden auf über 1.000 Kunden gewachsen.

<https://www.huboo.com/de/>

Bildmaterial



Bild: Andrej Kotliar, Sales Manager DACH,
Huboo E-Commerce Technologies GmbH