

Customer Experience wichtiger denn je: 90 % der Verbraucher kaufen nach einer schlechten Onlineshopping-Erfahrung mit geringerer Wahrscheinlichkeit erneut vom selben Anbieter

Hamburg, 30. August 2023. Körber-Umfrage zu „Versand und Retouren in 2023“ offenbart Lieferverzug bei Onlinebestellungen in den letzten 6 Monaten – und Auswirkungen auf die Markenwahrnehmung



Das veränderte Kundenverhalten, komplexere Erwartungen und Präferenzen bei der Kaufentscheidung stellen Hersteller, Einzelhändler und Logistikdienstleister gleichermaßen vor Herausforderungen. Das bestätigt die von [Körber](#) durchgeführte Umfrage zu Versand und Retouren in 2023. Die Studie belegt, dass 90 % der Verbraucher nach einem schlechten Online-Einkaufserlebnis mit geringerer Wahrscheinlichkeit erneut vom selben Anbieter kaufen würden. 29 % der Befragten sind überdies zunehmend bereit, eine negative Bewertung online zu teilen. Dies sind einige der wichtigsten Erkenntnisse zur Haltung von Onlinekunden in 2023.

Dem Thema widmete sich Körber im Rahmen einer großflächig angelegten Umfrage unter mehr als 2.000 Verbrauchern. In ihrem Zentrum stand das Käuferlebnis von der Kaufbestätigung bis zu dem Moment, an dem die Bestellung eintraf. 70 % der Befragten berichteten von kürzlich erfahrenen Lieferverzögerungen; in 35 % der Fälle sogar ohne Angabe einer Ursache für den Verzug. Da Onlinebestellungen als zügig und bequem gelten, wirken sich solche Verzögerungen unmittelbar auf die Kundenzufriedenheit und Kaufentscheidung aus.

„Kundenerwartungen sind nach der COVID-Pandemie deutlich komplexer geworden“, erklärt Chad Collins, CEO Software im Körber Geschäftsfeld Supply Chain. „Unsere neuesten Erkenntnisse bestätigen, dass ein positives Einkaufserlebnis einen treuen Kunden fürs Leben schaffen kann. Im Gegensatz dazu kann eine negative Erfahrung zum Verhängnis werden. Die Bedeutung eines reibungslosen Kundenerlebnisses lässt sich nicht deutlich genug betonen. Marken brauchen nahtlos integrierte Technologien, um diese Herausforderungen zu meistern und sicherzustellen, dass die Erwartungen der Kunden erfüllt werden.“

Für Unternehmen bieten sich folglich auch Chancen. Ein Bereich, laut Studie, ist die Optimierung der Transparenz und Verantwortlichkeiten beim Versandprozess, um unerwartete Verzögerungen zu vermeiden. Kommt es wider Erwarten zu Lieferschwierigkeiten, empfiehlt sich eine standardisierte Kundenkommunikation, um die Thematik zu adressieren und Kompensationsmöglichkeiten anzubieten. 38 % der Verbraucher erhielten bei ihrer letzten verspäteten Bestellung keine Entschädigung, Rückerstattung oder Vergünstigung, obwohl 83 % angaben, dass dies für sie wichtig sei.

Die Körber-Umfrage zu Versand und Retouren in 2023 widmete sich veränderten Kundenerwartungen und Pfeilern der Kundenzufriedenheit. Im Februar 2023 befragte Körber 2.200 Verbraucher in den USA, Kanada, Brasilien, Mexiko, Australien, Deutschland, Frankreich und Großbritannien. Der vollständige Umfragebericht steht [hier](#) zur Verfügung.

– Ende –

Über das Körber-Geschäftsfeld Supply Chain

Entlang der Supply Chain wachsen die Herausforderungen täglich. Körber bietet auf einzigartige Weise eine breite Palette bewährter End-to-End-Technologien für die Logistik – für jede Unternehmensgröße, Geschäfts- oder Wachstumsstrategie. Unsere Kunden beherrschen die Komplexität der Lieferkette dank eines Portfolios, das Software, Voice und Robotiklösungen umfasst – und vereint unter einem Dach das Know-how für die umfassende Systemintegration. „Conquer supply chain complexity“ – mit Körber. Weitere Informationen finden Sie unter www.koerber-supplychain.com

Pressekontakt

Mary-Jane Würker
Corporate Communications Manager
Körber Business Area Supply Chain
Tel. +49 6032 348-2921
Mary-Jane.Wuerker@koerber-supplychain.com

Redaktionsbüro Körber Supply Chain:

c/o Seidl PR & Marketing GmbH
Wolfgang Seidl/Ricarda Reinsch
Phone +49 201 8945889 0
presse@seidl-agentur.com