

PRESSEMITTEILUNG

Boniversum und bevh Verbraucherumfrage: „Click & Collect“ hat hohes Potenzial für den Handel

Neuss/Berlin, 6. November 2018. – Sind die Konsumenten bereit für „Click & Collect“? Laut aktueller Verbraucherumfrage der Creditreform Boniversum GmbH und des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel e.V. (bevh) eindeutig: Ja. 60 Prozent der Umfrageteilnehmer haben schon einmal die Option genutzt, Ware online zu kaufen und diese im Geschäft abzuholen. Nur 7 Prozent kennen dieses Service-Angebot nicht. Und das weitere Potenzial für den Handel ist groß. Allein die Bereitstellung der Bezahlart „Kauf auf Rechnung“ würde den Nutzungsgrad von „Click & Collect“ deutlich steigern – zudem kann sich mehr als die Hälfte der Nicht-Nutzer vorstellen, online bestellte Ware künftig im stationären Handel abzuholen.

Der Wunsch nach schneller Verfügbarkeit, geringen Versandkosten und flexiblem Einkaufserlebnis über alle Kanäle hinweg kennzeichnet den modernen Konsumenten. Das „Click & Collect“-Prinzip, Produkte online zu kaufen und sie vor Ort im Geschäft abzuholen, gewinnt immer mehr an Bedeutung für den Einzelhandel.

„E-Commerce entlastet Innenstädte von Einkaufsverkehren, da Waren – vom täglichen Bedarf bis zu Luxusgütern – in gebündelten Lieferprozessen in die Läden oder direkt nach Hause zugestellt werden. Zudem unterstützt er die stationäre Einkaufspräsenz. Damit kommt „Click & Collect“ nicht nur bei Händlern und Kunden gut an, wie die Studie zeigt, sondern auch bei Stadtplanern und letztlich der Umwelt“, so Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des bevh.

Verbraucher sind bereit für „Click & Collect“

Viele Verbraucher haben schon Erfahrungen mit „Click & Collect“ gemacht und für die Nutzung ist insgesamt ein großes Interesse vorhanden: Mehr als die Hälfte der Befragten haben schon einmal diesen Service genutzt. 33 Prozent geben an, ihn zu kennen, aber

noch nie in Anspruch genommen zu haben. Nur 7 Prozent kennen das Serviceangebot nicht.

Die Top-Gründe, die für „Click & Collect-Nutzer einen Einkauf über diesen Bestellweg besonders attraktiv machen: Versandkosten sparen (55 Prozent), Flexibilität bei der Abholung (48 Prozent) sowie kostenlose Retoure im Geschäft (34 Prozent) und die Möglichkeit, die Abholung mit anderen Einkäufen „vor Ort“ zu verbinden (34 Prozent).

Die Erfahrungen mit „Click & Collect“ sind gut: Drei von vier Nutzern hatten noch nie Probleme bei der Abholung der bestellten Waren im Geschäft. Auch mit der Anzahl und Verbreitung der Shops, die „Click & Collect“ anbieten, sowie der Angebotsvielfalt sind die Umfrageteilnehmer zufrieden. Alles in allem wird die Leistungsperformance des Serviceangebots mit „befriedigend“ benotet. Aber auch die Verbraucher sind zuverlässig: Vier von fünf „Click & Collect“-Nutzern (82 Prozent) geben an, noch nie die Abholung von bestellten Waren im Geschäft versäumt zu haben.

51 Prozent der „Click & Collect“-Nutzer haben in den vergangenen zwölf Monaten zwei bis fünfmal auf diese Weise eingekauft. Rund 25 Prozent der Umfrageteilnehmer nur einmal (21 Prozent) bzw. gar nicht (4 Prozent). Ein weiteres Viertel (24 Prozent) mehr als sechsmal. Die meisten Bestellungen von „Click & Collect“-Nutzern gelten Produkten aus den Warengruppen „Bekleidung, inklusive Schuhe“, gefolgt von „Unterhaltungsprodukte“ (43 Prozent) und „Freizeit“ (25 Prozent).

Rechnungskauf: Meist gewünschte Zahlart brächte Mehrnutzung

„Der Nutzungsgrad hinsichtlich „Click & Collect“ könnte sogar noch höher sein. Die Bereitschaft der Befragten ist eindeutig da – der Ball liegt bei den Händlern. Beispielsweise sind die angebotenen Bezahlarten eine wichtige Stellschraube. 63 Prozent der Befragten würden häufiger via „Click & Collect“ bestellen, wenn „Kauf auf Rechnung“ angeboten würde“, erklärt Marc Leske, Head of Sales E-Commerce der Creditreform Boniversum GmbH.

„Kauf auf Rechnung“ liegt bei 22 Prozent der Befragten auf Platz 1 der gewünschten Bezahlarten, dicht gefolgt von unterschiedlichen Bezahlssystemen (21 Prozent) und Barzahlung (17 Prozent).

Es gibt demnach noch ausschöpfbares Potenzial: Rund 40 Prozent der Umfrageteilnehmer haben noch nie via „Click & Collect“ bestellt. 54 Prozent der Nicht-Nutzer können sich jedoch sehr gut vorstellen, zukünftig online bestellte Ware auch im stationären Handel

abzuholen. Nur extra kosten darf es nichts: 83 Prozent aller Befragten würden den Service bei Zusatzkosten ablehnen.

Für die repräsentative Erhebung des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) und der Creditreform Boniversum GmbH wurden 1.011 Personen zwischen 18 bis 69 Jahre befragt.

Weitere Informationen und Download der Studie „Click & Collect – Verbreitung und Nutzung“ unter: <https://www.boniversum.de/studien/verbraucherumfragen/click-and-collect>

Zeichenzahl: 4.380

Kontakt:

Creditreform Boniversum GmbH
Hellersbergstraße 11, 41460 Neuss

Aleksandra Gulba, Presseabteilung
Tel. 02131 109 5103
a.gulba@boniversum.de, www.boniversum.de

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)
Friedrichstraße 60 (Atrium Friedrichstraße), 10117 Berlin

Susan Saß, Presseabteilung
Tel. 030 20 61 385 16, 0162 252 52 68
susan.sasst@bevh.org, www.bevh.org

Über Boniversum

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) ist einer der führenden Anbieter von Bonitätsinformationen über Privatpersonen in Deutschland. Boniversum wurde 1997 gegründet und ist ein Unternehmen der Creditreform Gruppe. Das Unternehmen bietet Verbraucher-informationen und integrierte Risikomanagementlösungen für die kreditgebende Wirtschaft wie Versandhändler, Online-Shops, Touristikunternehmen, Banken, Versicherungen, Wohnungs-gesellschaften und viele mehr. Regelmäßig veröffentlicht Boniversum in Zusammenarbeit mit renommierten Partnern und Instituten umfangreiche Studien und Umfragen, um Trends frühzeitig vorherzusehen und Veränderungen im Verbraucher- bzw. Schuldnerverhalten oder in der Kreditaffinität sicher zu prognostizieren. www.boniversum.de

Über den bevh

Dank E-Commerce und Internet ist der Versandhandel so vital wie nie. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler). Die Branche setzt aktuell jährlich im Privatkundengeschäft allein mit Waren rund 52,4 Mrd. Euro um, mehrheitlich durch Mitglieder des bevh. Der Online-Handel mit Waren hat daran aktuell einen Anteil von über 90 Prozent. Der jährliche Gesamtumsatz im Geschäft mit gewerblichen Kunden wird auf mindestens 8,1 Mrd. Euro geschätzt. Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Nach Fusionen mit dem Bundesverband Lebensmittel-Onlinehandel und dem Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler, repräsentiert der bevh die kleinen und großen Player der Branche. Der bevh vertritt die Brancheninteressen aller Mitglieder gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.