

# Wer kauft online ein?

Vor dem diesjährigen Ansturm aufs Weihnachtsgeschäft hat Pitney Bowes analysiert, wie der Online-Shopper heute einkauft und wie Händler mit den Anforderungen Schritt halten können.

## SIE KAUFEN HÄUFIGER ONLINE EIN



**94%** der befragten Verbraucher kaufen online ein

**1/3** kaufen mindestens 1 Mal in der Woche online ein

**↑ 4** Prozentpunkte (pp) gegenüber dem Vorjahr



## SIE KAUFEN ZUNEHMEND GLOBAL EIN

**70%** kaufen online im Ausland ein

**↑ 6pp** gegenüber 2016

Asien-Pazifik weist das stärkste Wachstum auf, angeführt von Indien (18pp), China (12pp) und Südkorea (8pp)



## SIE ERWARTEN FLEXIBILITÄT



Fast **40%** bestellen online und holen die Ware im stationären Handel ab.

**↑** gegenüber **28%** im Vorjahr



**31%** bringen Retouren zurück ins Geschäft

**↑** gegenüber **19%** in 2016

**37%** geben andere Lieferadressen als ihr Zuhause an

**↑** gegenüber **25%** in 2016

## SIE WOLLEN AUSWAHL

**67%**

der Online-Shopper suchen Waren über Online-Marktplätze



Online-Shopper tätigen ca. **60%** ihrer Einkäufe auf Online-Marktplätzen anstatt auf Händlerseiten



Shopper in Japan sind führend (76%), gefolgt von China (69%) und Indien (68%)

## LIEBER GÜNSTIG ALS SCHNELL

**3/4**

bevorzugen kostenlose Lieferung mit längeren Wartezeiten gegenüber kostenpflichtigem schnellen Versand



## SIE SIND ANSPRUCHSVOLLER

Fast die Hälfte (**47%**)

waren unzufrieden mit der Lieferung, Rücksendung, verlorenen Waren und falsch berechneten Zöllen im Weihnachtsgeschäft



Die Anzahl unzufriedener Kunden im Weihnachtsgeschäft stieg in allen 12 Märkten

**↑ 6pp** um durchschnittlich verglichen mit 2016

Shopper in Asien-Pazifik, insbesondere Indien (73%), Hongkong (69%), China (64%) und Südkorea (58%) hatten die meisten Probleme

In den USA kämpften **36%** mit Problemen

**↑ 5pp** mehr als im letzten Jahr



## HÄNDLER WOLLEN SCHNELL INS INTERNATIONALE GESCHÄFT

**62%**

betreiben heute Online-Handel über Ländergrenzen

**31%** planen, innerhalb der nächsten 12 Monate ihr Geschäft grenzübergreifend auszubauen

Damit wären in genau einem Jahr **93%** aller Händler grenzüberschreitend aktiv

Ein potentieller Anstieg um **50%**