

Presseaussendung | 08.09.2014

Retourporto wäre für Versandhandel kontraproduktiv

Der österreichische Paketmarkt (KEP) wuchs im Segment B2C in den letzten drei Jahren um durchschnittlich 4,5 Prozent pro Jahr. Die Einführung eines Retourportos durch die Versandhändler würde deren Geschäft vermutlich signifikant trüben.

Im Auftrag der Österreichischen Post AG hat KREUTZER FISCHER & PARTNER eine Studie zum österreichischen B2C (Unternehmen an Privatpersonen) Paketmarkt durchgeführt. Untersucht wurden Volumen, Struktur und Zufriedenheit der Paketempfänger sowie welche Auswirkungen von Kunden zu bezahlende Retoursendungen auf deren Bestellverhalten hätten.

In der internetaffinen Altersgruppe der 15 bis 30-Jährigen kaufen bereits mehr als 90% zumindest einmal im Halbjahr online ein. Über alle Altersgruppen beträgt die Quote knapp 70%, das bedeutet, dass mehr als zwei Drittel der Österreicherinnen und Österreicher regelmäßig online einkaufen. Bestellt werden im Wesentlichen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren mit 41% aller Bestellungen, 31% der Bestellungen entfallen auf Medien, wie Bücher, CDs, Videos und Software, 19% auf Elektrogeräte und Computer. Insgesamt wurden 2013 in Österreich rund 42 Millionen Pakete von Paketdienstleistern an private Haushalte zugestellt. Rund 71% der Pakete werden beim ersten Zustellversuch übergeben. Gut 75% der Pakete werden direkt an den Empfänger zugestellt, 9% beim Nachbarn hinterlegt und 14% in der Filiale abgeholt. Der Marktanteil der Post liegt bei den zugestellten Paketen bei 66 Prozent.

Steigende Bestellmengen erhöhen auch die Retouren. Rund 9 Millionen Pakete schicken die Österreicherinnen und Österreicher jedes Jahr zurück, davon sind 80% Bekleidung. Auch bei der Retourenabwicklung hat die Österreichische Post die Nase vorn. Über 95% der Retouren werden über die Post abgewickelt.

Die vielfach diskutierte Einführung eines Retourportos hätte auf das Einkaufsverhalten von 80% der Konsumenten einen signifikanten Einfluss. So würden 60% weniger oft bestellen sowie 40% der Besteller selektiver auswählen, um Retouren und damit Kosten zu vermeiden. „Die Einführung eines Retourportos durch die Versandhändler hätte auf deren Geschäftsvolumen zweifelsohne eine negative Auswirkung“, so Andreas Kreuzer, Geschäftsführer KREUTZER FISCHER & PARTNER.

Studiendesign: Telefonisch wurden im Mai 2014 1.000 private Kunden des Distanzhandels aus der Altersgruppe 15 bis 65 Jahre zu ihrem Einkaufsverhalten in den letzten sechs Monaten hinsichtlich Zustell- und Rückgabeprozess, sowie zur Zufriedenheit mit den Paketdienstleistern und deren Relevanz für die Paketempfänger befragt.

Zeichen: 2.254 (ohne Leerzeichen)

KREUTZER FISCHER & PARTNER Consulting GmbH

A-1070 Wien – Wimberggasse 14-16

Kontakt: Mag. Alexandra Wailzer | Tel: 01/470 65 10-13 | Email: aw@kfp.at