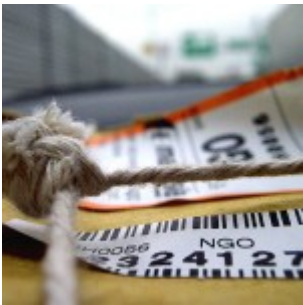


VERWÖHNTE ONLINE-KUNDEN: SCHNELL, PÜNKLICH, KOSTENLOS

Veröffentlicht am 19. August 2013 von Isabella



In Zeiten des Onlinehandels sind die Kunden verwöhnt und **ihre Erwartungshaltung** ist entsprechend hoch: je schneller und je billiger die Lieferung, desto besser. Eigentlich ist die kostenlose Lieferung fast schon selbstverständlich - eine unangenehme Entwicklung für so manchen kleineren Händler, der sich diese Bedingungen nicht erlauben kann, da bereits beim Versand erhebliche Kosten anfallen. Die Kunden sind durch das immer größer werdende Angebot **verwöhnt**, was es nicht einfacher macht: Wenn sich die Lieferung nur um kurze Zeit verzögert, hagelt es

Beschwerden.

Erheblicher Zuwachs im E-Commerce: Drei Sorten an Online-Käufern

Die Online-Besteller lassen sich in verschiedene Kategorien aufteilen. Es gibt Vielkäufer und Gelegenheitskäufer, die sich wiederum wieder in Untergruppen unterteilen lassen. Sporadische Käufer sind in der [ACTA Studie von 2012](#) immer noch hauptsächlich vertreten. Gut 21 % der deutschen Bevölkerung kann man jedoch als "intensive Onlinekäufer" bezeichnen - laut der [Studie](#) sind mindestens 10 Käufe im Jahr sind nötig, um in diese Gruppe zu fallen. Insgesamt kauften im Jahr 2012 rund **74 %** der deutschen Bevölkerung im Internet ein. Trotz allem bevorzugen **52% der Bevölkerung** immer noch den stationären Kauf. Dort kann der "**traditionelle Handelskäufer**", wie er in der Studie genannt wird, die Ware vor Ort ansehen, sich beraten lassen und dann über einen Kauf entscheiden. Der "**selektive Shopper**" kauft zwar gerne Multimedia im Internet, andere Sachen aber doch lieber im lokalen Geschäft.

Rückversand? Am liebsten kostenlos!

Es kommt vor, dass der Kunde ein Produkt **zurückschicken** möchte. Manchmal passt es einfach

nicht, sieht anders aus, als der Kunde es sich vorgestellt hat oder das Geschenk kam nicht so gut an wie erwartet. Die meisten Shopper im Internet erwarten aus diesen Gründen einen kostenlosen Rückversand. Wenn dann aber doch Kosten aufkommen, sorgt das für Unmut. Laut einer [Befragung der ECC](#) würden 65 % der Befragten nicht wieder in einem Shop kaufen, der für die Warenrücksendung nicht selber aufkommt. Die Hälfte würde dann lieber kostenlos in der Filiale umtauschen. Zumindest ab einem bestimmten Warenwert wünschen sich die Kunden eine **versandfreie Rücksendeoption**.

Es ist daher ratsam, die **Entwicklungen genau zu beobachten** und **Feedback** bei den Kunden einzuholen. Wichtig ist, dass der Kunde stets [weiß, worauf er sich einlässt](#) - somit können Sie am besten für eine optimale **Kundenzufriedenheit** sorgen!

Thumbnail Image: [knot on parcel](#) von: [zaido](#) via [CC BY-SA 2.0](#).