



Neues DHL Whitepaper gibt Online-Shops Tipps für mehr Kundenzufriedenheit beim Paketempfang

- Befragungen zeigen: Erfolgreiche Erstzustellung beim Paketempfang ist für Kunden besonders wichtig
- Empfangsoptionen wie Zustellung an Packstation machen den Unterschied
- Reibungslose Zustellung führt zu mehr Kundenzufriedenheit und erhöhter Loyalität zum Online-Händler

Bonn, 3. Juni 2022: DHL Paket hat ein neues Whitepaper zur Optimierung des Paketempfangs für ein verbessertes Kundenerlebnis im E-Commerce veröffentlicht. Darin gibt der Marktführer im deutschen Paketversand Online-Händlern Tipps, wie sie einen reibungslosen Paketempfang ermöglichen und damit ihre Kundinnen und Kunden zufriedenstellen können. Denn wer zufrieden mit dem Service auf der letzten Meile ist, der wechselt auch den Online-Shop nicht. Entscheidend für das erfolgreiche Käuferlebnis ist es, dass die Erstzustellung gelingt. Die Kundenzufriedenheit hängt vor allem mit einer gelungenen Erstzustellung zusammen. Aus regelmäßigen Kundenzufriedenheitsumfragen geht hervor, dass der Paketempfang an der Haustür weiterhin die höchsten Zufriedenheitswerte erzielt. Empfängerservices wie die Zustellung an einen definierten Ablageort, einen Wunschnachbarn oder an eine der aktuell 9.300 DHL Packstationen erweitern die Möglichkeiten der Erstzustellung.

Die Zahl der Online-Käufe der Verbraucher in Deutschland ist deutlich angestiegen, sodass allein Deutsche Post DHL deutschlandweit rund 6,7 Millionen Paketsendungen pro Werktag bearbeitet. Mit dem Paketaufkommen sind auch die Ansprüche der Kunden an den Sendungsempfang gestiegen. Laut der Sendcloud-Studie „E-Commerce Delivery Compass 2020/21“ hat der Versanddienstleister für fast drei Viertel der deutschen Verbraucher einen Einfluss auf die Kaufentscheidung. Der reibungslose Paketempfang ist dabei zentral. Die damit einhergehende Kundenzufriedenheit stärkt nicht nur das Vertrauen in den Versanddienstleister, sondern auch die Loyalität zum Online-Händler.

Neben den individualisierten Lieferoptionen sind auch Transparenz und Planbarkeit entscheidende Faktoren für Online-Käufer. Durch die Sendungsverfolgung per Post & DHL App bietet die DHL ihren Kunden beispielsweise die Möglichkeit, den Versandweg der Paketsendung transparent im Blick zu behalten. Für einen Großteil der Sendungen gibt es zudem bereits ein Live-Tracking, mit dem Empfänger ihre Sendung in Echtzeit verfolgen können. Verbraucher möchten nicht nur beim Versand mitentscheiden, sondern auch über die Art der Rücksendung ihrer Bestellung bestimmen können.



Diese soll in erster Linie einfach und schnell umsetzbar sein. Mit mehr als 32.000 Annahmestellen für Paketsendungen bietet Deutsche Post DHL die kürzesten Wege und das dichteste Netz – bestehend aus Filialen, Paketshops und Packstationen. Gerade die Packstation wird für Online-Händler immer mehr zu einem Faktor: Laut parcelLab-Studie 2021 bieten mittlerweile 75 der Top 100 Onlineshops neben der Haustürzustellung auch die Zustellung an eine DHL Packstation an.

Auch eine klimaneutrale Versand-Option gewinnt bei Endkunden immer mehr an Bedeutung. Mit GoGreen der Deutschen Post DHL werden die beim Transport entstehenden CO2-Emissionen durch Investitionen in nach Gold-Standard zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert. DHL GoGreen ist inzwischen der am stärksten wachsende Service für Versender.

Das DHL-Whitepaper listet auch die größten Herausforderungen für Online-Händler auf. So sagen 74 Prozent der Unternehmen, dass mangelhafte Adressdaten die Ursache für bis zu einem Viertel der fehlgeschlagenen Lieferungen sind. Fehlzustellungen sind für die Online-Händler teuer, verursachen unnötige Reklamationen beim Kundenservice und sorgen dafür, dass Kunden schnell den Onlineshop wechseln. Eine wichtige Empfehlung: Die Datenbasis aktuell halten und die Adressen regelmäßig checken lassen.

Das vollständige Whitepaper ist erhältlich unter: www.dhl.de/whitepaper-paketempfang

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download unter dpdhl.de/presse

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

Jessica Balleer

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL



Post & Paket Deutschland ist ein Unternehmensbereich der Deutsche Post DHL Group mit rund 200.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Kerngeschäft ist das nationale Brief- und Paketgeschäft – also das Transportieren, Sortieren und Zustellen von Briefen und Paketen. Der Unternehmensbereich ist in seiner Branche Vorreiter im Bereich der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit und in Deutschland mit zwei Marken vertreten:

Deutsche Post ist der größte Postdienstleister Europas und Marktführer im deutschen Briefmarkt. Unter diesem Geschäftsfeld werden im Wesentlichen die Produktsegmente Brief Kommunikation, Dialog Marketing und Presseservices gebündelt. Das Produkt- und Serviceangebot von Deutsche Post umfasst die Bearbeitung und Zustellung physischer Dokumente sowie ein breites digitales Portfolio in ihren Produktsegmenten.

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Im Geschäftsfeld der Paketlogistik ist DHL Paket Marktführer in Deutschland. Der Unternehmensbereich ist Dienstleister erster Wahl für Versender- und Empfängerkunden im Online-Handel. Vielfältige Möglichkeiten von flexiblen Services erleichtern Kunden den Paketempfang und -versand. DHL Paket betreibt außerdem das größte Paketautomaten-Netz (Packstation) in Deutschland.

Post & Paket Deutschland ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2021 einen Umsatz von mehr als 81 Milliarden Euro. Mit Investitionen in grüne Technologien sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.