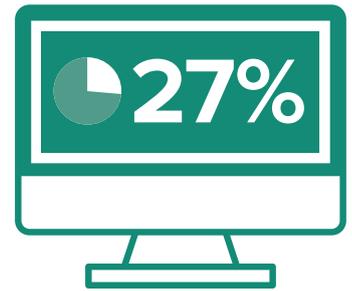




Transparenz bei Retouren ist der Schlüssel zum Aufbau von Vertrauen bei Käufern in neuen globalen Märkten.

Jeder vierte Käufer vermeidet den Kauf bei internationalen Einzelhändlern aus Sorge um Rücksendungen.

Ein Viertel (27%) der Verbraucher gab an, dass sie eher grenzüberschreitend einkaufen würden, wenn alle Importgebühren, Steuern und Zölle klar angegeben sind.



Umweltbelange sind oft ausschlaggebend dafür, ob ein Käufer zum Kunden wird oder nicht.



29% der Befragten gaben an, dass nachhaltiger Versand, zu dem auch verantwortungsvolle Rückgaberrichtlinien gehören, ein wichtiges Kriterium beim Kauf sei.

Retouren: Logistik als Treiber globaler Kundenbindung



27% der Befragten gaben an, dass sie bereit sind, für eine Mitgliedschaft zu zahlen, wenn sie dadurch ihre Einkäufe kostenlos zurücksenden können.

27% würden für die Rücksendungen bezahlen.

13% würden eine Wiedereinlagerungsgebühr akzeptieren.



40%

der Kunden sind bereit, für kostenlosen Versand bis zu zwei Wochen zu warten

Im Gegenzug für kostenlosen Versand sind 40% der Käufer bereit, vier bis sieben Tage auf die Lieferung ihrer internationalen Einkäufe zu warten, weitere 40% würden bis zu zwei Wochen warten.

Insgesamt gab fast die Hälfte der Verbraucher an, dass sie bereit seien, einen Kauf zu tätigen, selbst wenn eine geringe Rücksendegebühr anfallen würde.

Babyboomer
34%

Generation Z
58%

Allerdings war die Wahrscheinlichkeit, eine Gebühr zu akzeptieren, bei der Generation Z mehr als 1,7-mal höher als bei den Babyboomern.

Asendia bietet erstklassige Versand- und Retourenlösungen, die auf die Bedürfnisse von Einzelhändlern und ihren Kunden in aller Welt zugeschnitten sind. Erfahren Sie mehr unter www.asendia.de