

conzoom solutions

Die Plattform für den Handel.

Dieser Beitrag wird Ihnen präsentiert von Conzoom Solutions – der praxisorientierten Online-Plattform der Messe Frankfurt speziell für den Handel.

Envelope 2.0

E-Commerce und Briefumschlag



messe frankfurt

ENVELOPE 2.0

**E-COMMERCE
UND
BRIEFUMSCHLAG**

VORWORT

Die Digitalisierung hat für die Briefumschlag-Industrie wesentliche Substitutions-Effekte bewirkt und zu einer immer weiter fortschreitenden Veränderung der Branche geführt..

Mit der Digitalisierung entwickelt hat sich der E-Commerce in einer Schnelligkeit und mit jährlichen zweistelligen Wachstumsraten. Und einem daraus resultierenden Paket-Boom.

Eine weltweite Studie der IPC ⁽¹⁾ im Jahr 2017 hat jetzt aufgezeigt, dass der E-Commerce gerade für die Briefumschlag-Industrie wichtige Wachstums-Möglichkeiten bieten könnte, denn ca. 40% der E-Commerce-Sendungen hätten vom Gewicht her in den Briefkasten gepasst.

„Der Brief bringt's“ wirbt die Deutsche Post ⁽²⁾ für den Warenversand mit Brief-Produkten: einfach, günstig, zuverlässig.

Die große Chance der Briefumschlag-Industrie könnte im E-Commerce darin liegen, dass es für die unterschiedlichsten Online-Artikel seit Langem absolut ideale Versand- und Faltentaschen gibt. Die Vorteile für die E-Händler: weniger Verpackungs-Material, schnellere und sichere Zustellung in den Briefkasten, umweltfreundlicher.

Im Folgenden sind die wichtigsten Fakten dargestellt.

19. März 2018

(1) Cross-Border E-Commerce Shopper Survey 2017, Key Findings, January 2018

(2)
https://www.deutschepost.de/content/dam/dpag/html/warenversand/pdf/DP_Warenversand_Broschuere_589x420_150724_Ansicht.pdf

ENVELOPE 2.0 E-COMMERCE IN DEN BRIEFKASTEN

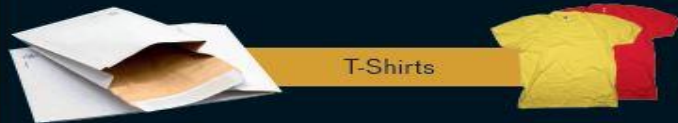
Perfekt geeignet für:



ein Regencape



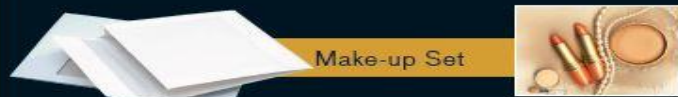
Bücher



T-Shirts



Smartphone



Make-up Set



Smartphone-Hülle

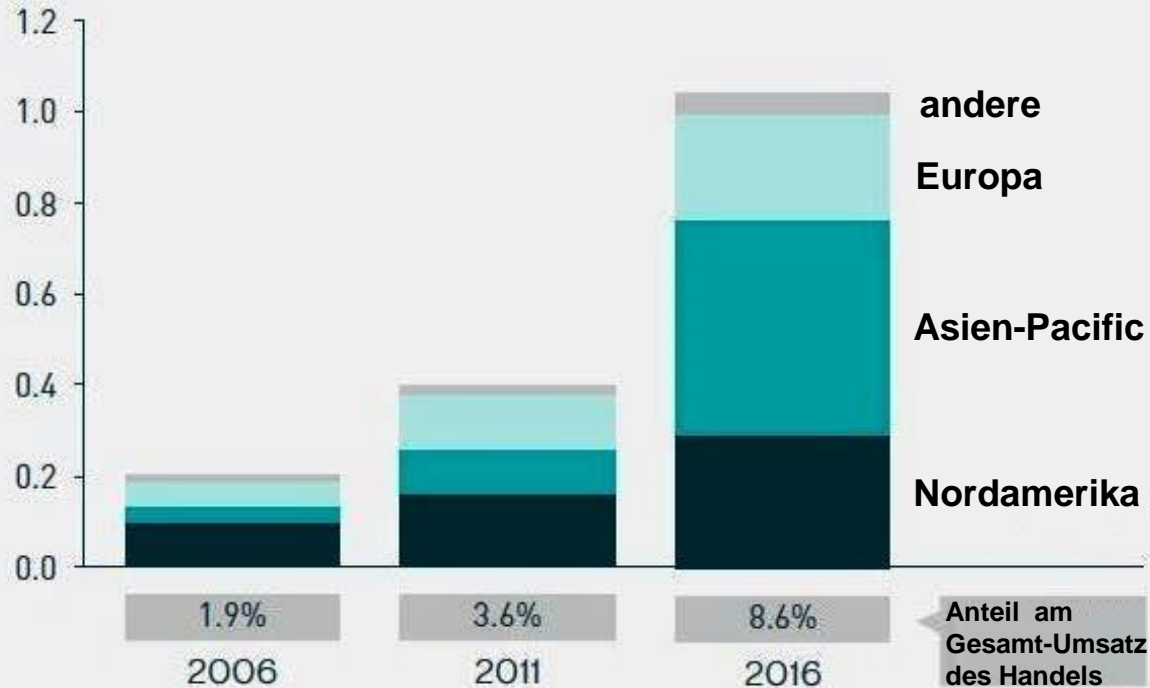
Der Brief bringt's!

Warenversand mit Briefprodukten:
einfach, günstig und zuverlässig



DAS PHÄNOMEN E-COMMERCE

Weltweite Internet-Umsätze in 1.000 Mrd. (3)



Die weltweiten Internet-Umsätze sind seit 2006 mit jährlichen Raten von +18% gewachsen und haben im Jahr 2016 die Marke von 1.000 Mrd.€ überschritten. Das größte Wachstum hatte China und fast die Hälfte aller Umsätze werden jetzt dort getätigt.

Die Chancen im E-Commerce scheinen unendlich zu sein.

Verbraucher genießen die Freiheit, zu jeder Zeit einkaufen zu können, an jedem Ort und mit jeder Kommunikations-Technik.

Händler vermitteln Einkaufs-Erlebnisse auf beiden Kanälen, physisch und online.

(3) IPC Global Postal Industry Report 2017.

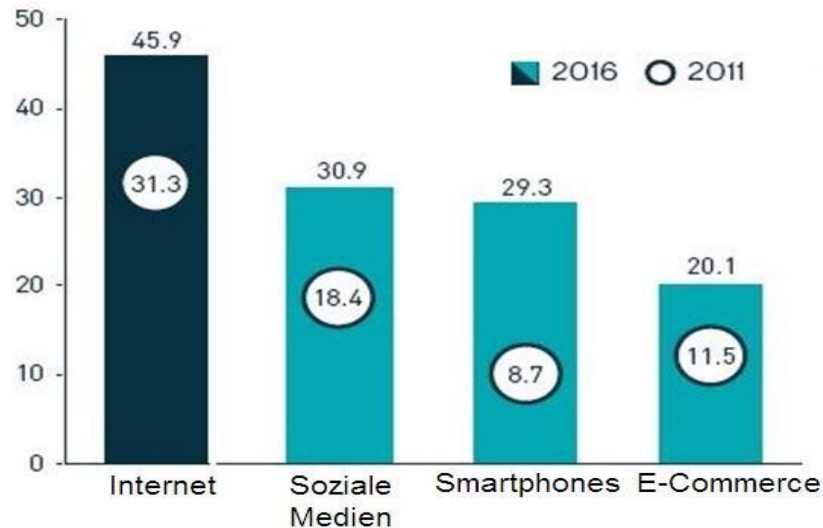
DIGITALISIERUNG

Die Digitalisierung hat für die Briefumschlag-Industrie wichtige Effekte:

- die Briefmenge wird zunehmend substituiert.
- die Koppelung mit dem BSP ging verloren
- der E-Commerce entwickelt sich rasant und bietet neue Chancen für den Briefumschlag

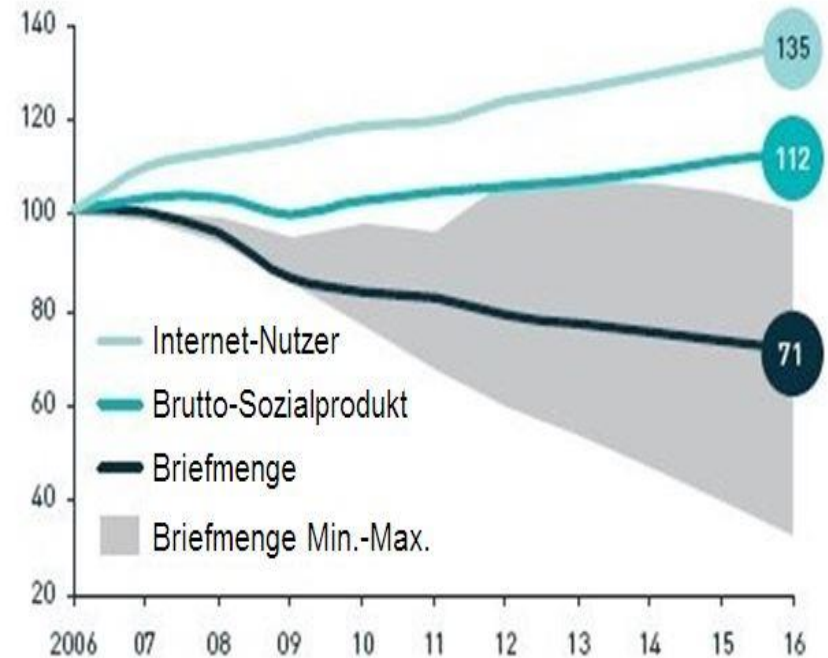
DIGITALISIERUNG

Nutzer weltweit / % von Gesamtbevölkerung

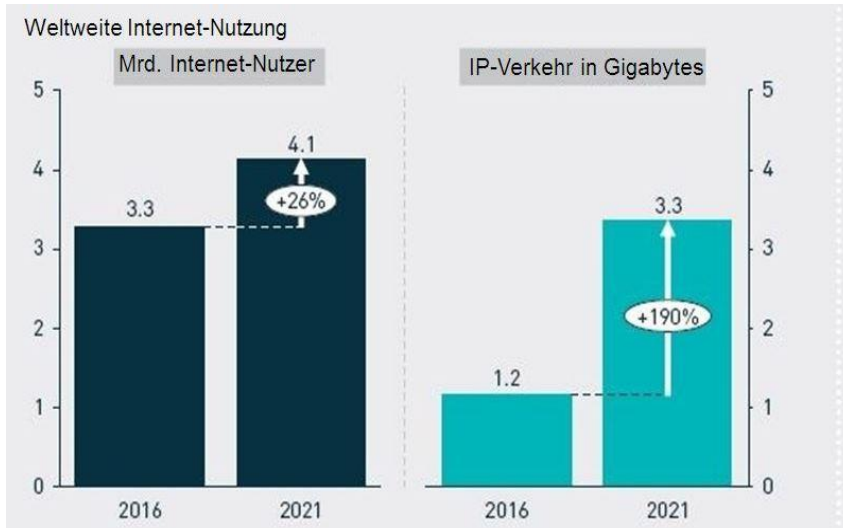


ENTWICKLUNGEN

Indices für Industrieländer



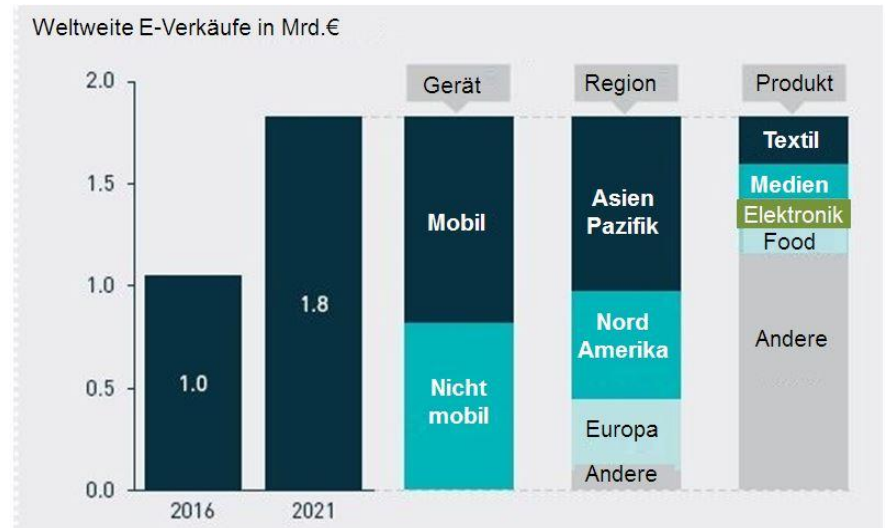
AUSBLICK 2021



Die IPC-Prognose (4)

Bis zum Jahr 2021 wird die Anzahl der Internet-Nutzer auf 4,1 Mrd. steigen, also um +26% gegenüber 2016. Der Verkehr im Internet wird aber um +190% gegenüber 2016 zunehmen, hauptsächlich getrieben von Bild- und Video-Dateien und neuen Technologien (z.B. 5G).

(4) IPC Global Postal Industry Report 2017, Key Findings



Parallel wird die Anzahl der E-Commerce-Käufe um +80% zunehmen und etwa zur Hälfte mobil abgewickelt. Kerngebiet wird der Asien-Pazifik-Raum. Textilien und Medien bleiben die am häufigsten Online gekauften Produkte.

Es ist spannend, ob sich auch im E-Commerce ein Zusammenwirken von Briefumschlag-Industrie und Post auf Augenhöhe entwickeln wird.

DIE ONLINE - HÄNDLER

Die Großen (5)



Die großen Online-Händler haben sich zu einer eigenen Gruppe entwickelt. Sie sprechen nur mit sehr großen Lieferanten oder wegen sehr speziellen Anfragen. In allen Fällen verlangen sie, ihre Bedingungen zu akzeptieren und sich an ihrem Arbeitsablauf zu orientieren. Es ist nicht einfach, mit ihnen ins Geschäft zu kommen. Aber was ist heute schon einfach?

(5) IPC Global Postal Industry Report 2017, Key Findings

(6) Deutsche Post

Weitere Händler-Gruppen

Die Deutsche Post (6) teilt die anderen E-Händler gemäß der jährlich verschickten Päckchen ein...



Internet-Händler
10.000



Kleine Händler
200



Familien
15

Dies sind die typischen Zielgruppen für den Briefumschlag-Hersteller.

Die Internet-Händler kaufen Verpackungen, die zu ihren Produkten passen. Ein Briefumschlag-Verkäufer, der beraten kann, wird hier Erfolg haben.

Kleine Händler und Familien kaufen Verpackungen meist im Internet oder im Bürohandel.

IPC-Umfrage „grenzüberschreitender E-Commerce 2017“ ⁽⁷⁾

An der IPC-Studie haben 28.000 Konsumenten in 31 Ländern in Europa, Nord- und Süd-Amerika und im Asien- Pazifik-Raum teilgenommen.

Alle Befragten haben in den letzten drei Monaten mindestens einmal online eingekauft und in den letzten 12 Monaten mindestens einmal online im Ausland eingekauft.

Die Befragungen erfolgten zwischen 29.9. und 20.10.2017.

Die Umfrage zeigt, dass 2017 die Konsumenten mehr als jemals zuvor online eingekauft haben, mit den meisten Käufen in China, Korea, Indien und den USA.

Interessant, dass es immer mehr leichtere Päckchen gibt (51% der Produkte wogen weniger als 500 g) und dass der Warenwert sinkt (39% der Waren kosteten weniger als 25 €).

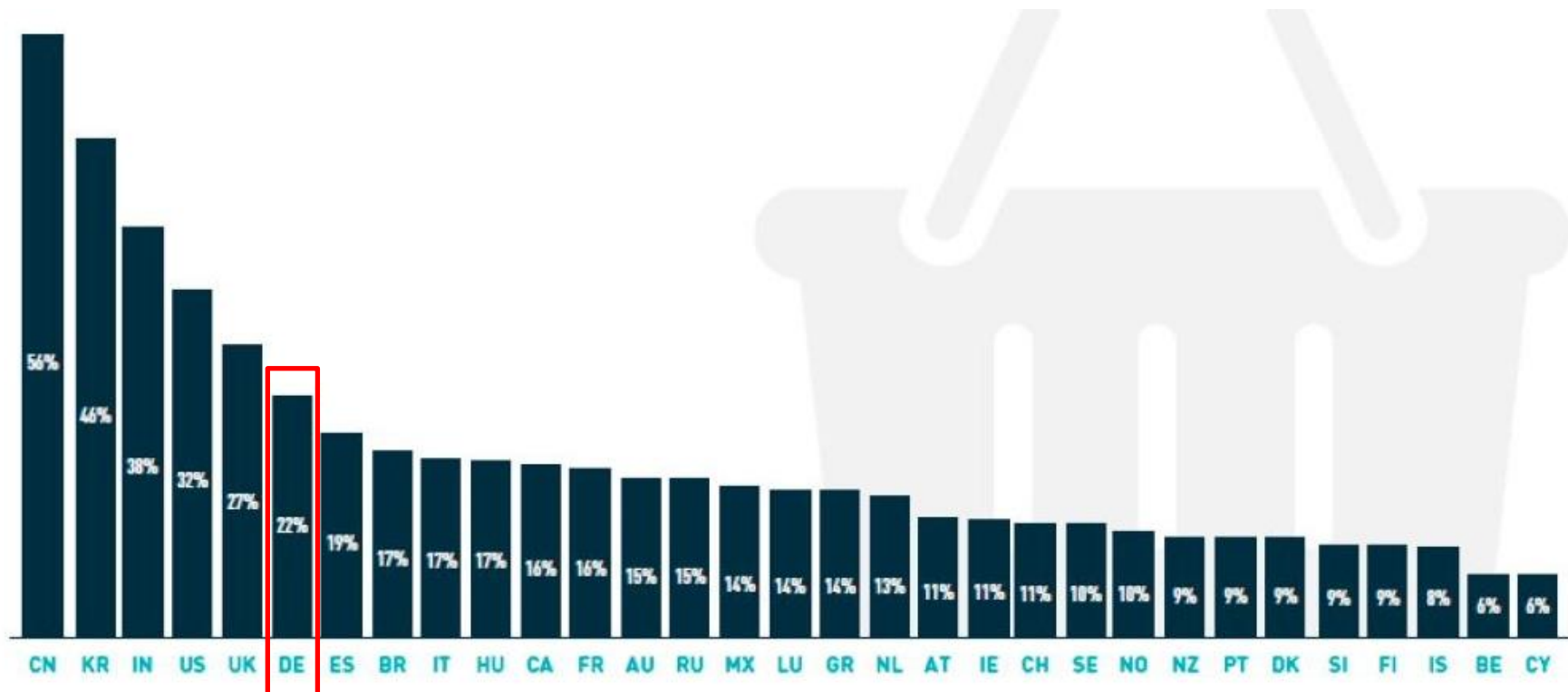
Wichtige Ergebnisse:

- 84% der Päckchen waren leichter als 2 kg
- 46% der Päckchen hätten in den Briefkasten gepasst
- 51% der Konsumenten erhielten Direct Mail von E-Händlern.
- 56% wurde über Alibaba, Amazon oder eBay gekauft
- 34% der Päckchen kamen aus China
- 70% der Konsumenten wollen die Fracht- und Zustellkosten vorab wissen

Überraschend viele Konsumenten haben erklärt, dass ihnen „immer“ die Sendungs-Nachverfolgung angeboten wird und dass die Benachrichtigung „bereit für Zustellung“ die wichtigste Information ist. 62% der Befragten gaben an, dass die Zustellung kostenlos sei.

(7) Cross-Border E-Commerce Shopper Survey 2017, Key Findings, January 2018

HÄUFIGKEIT des Online-Einkaufs



Diese Grafik zeigt den Anteil der Befragten, die in der Woche zuvor online eingekauft haben.

In Deutschland waren es 27%.

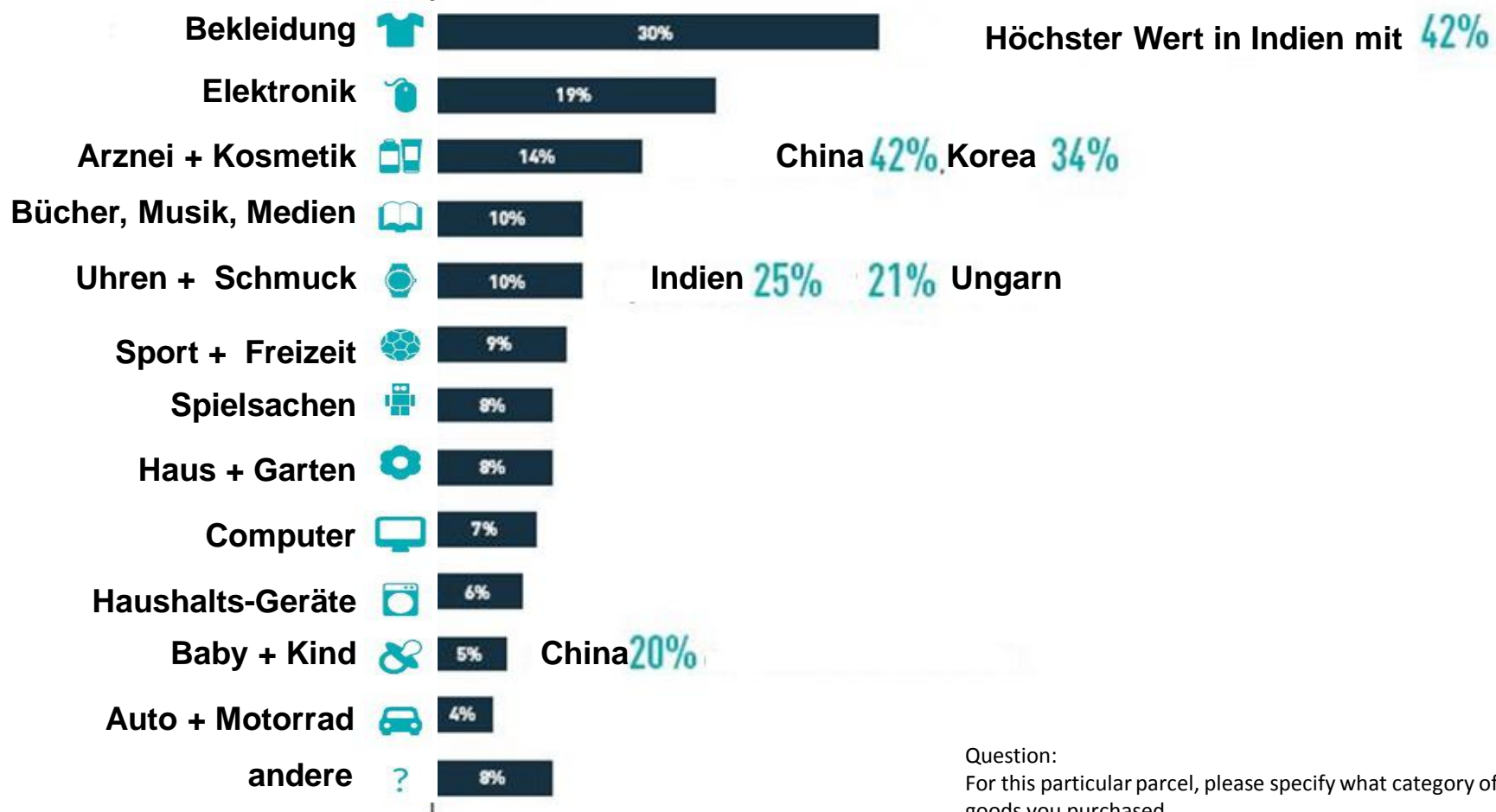
Frage:

Wie oft haben Sie in den letzten 12 Monaten Güter online gekauft (mit Ausnahme von Drogerie-Artikeln)?

Stichprobe: 28.802 (alle Befragten)

PRODUKT - KATEGORIE

Bekleidung ist Nr.1 in den meisten Ländern.



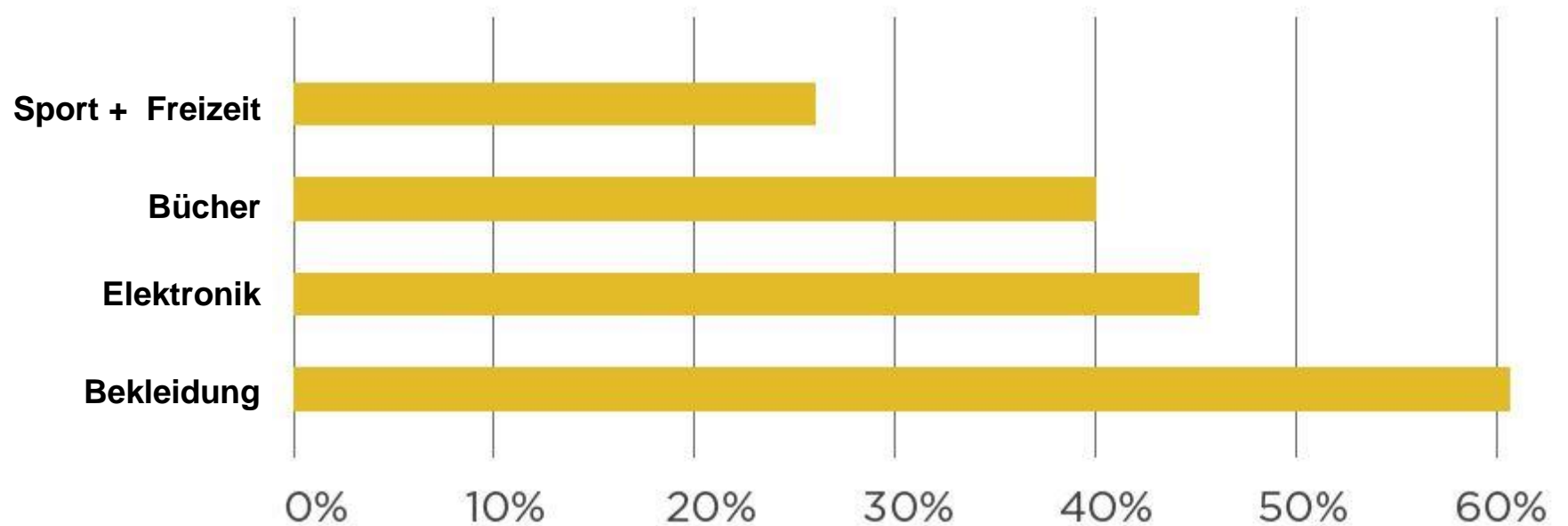
Question:

For this particular parcel, please specify what category of goods you purchased.

Sample 28.802 (all respondents)

PRODUKT - KATEGORIE

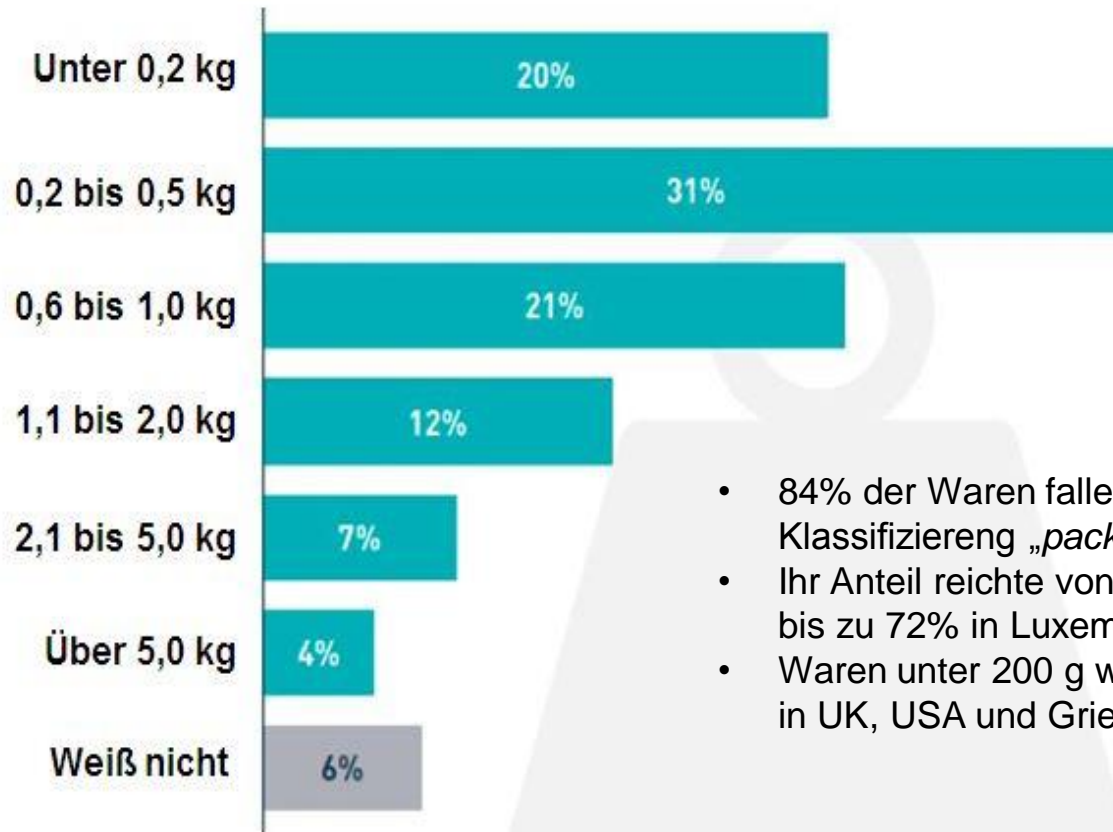
Auch in Deutschland ist Bekleidung die Nr.1



Quelle
EMOTA Country Fact Sheet Germany
https://docs.wixstatic.com/ugd/b18286_bb690a815da04a1f925a81d6fcb18e03.pdf

GEWICHTE DER PRODUKTE

51% der Sendungen <0,5 kg.



46%
DER KÄUFE
PASSEN IN DEN
BRIEFKASTEN
DES EMPFÄNGERS

- 84% der Waren fallen unter die UPU-Klassifizierung „*packages*“ (<2 kg).
- Ihr Anteil reichte von 91% in Russland bis zu 72% in Luxemburg.
- Waren unter 200 g wurden am meisten in UK, USA und Griechenland gekauft.

Frage:

Wie schwer war das zuletzt gekaufte Produkt?

Stichprobe: 28.802 (alle Befragten)

FORMAT DER PÄCKCHEN

46% hätten in den Briefkasten gepasst

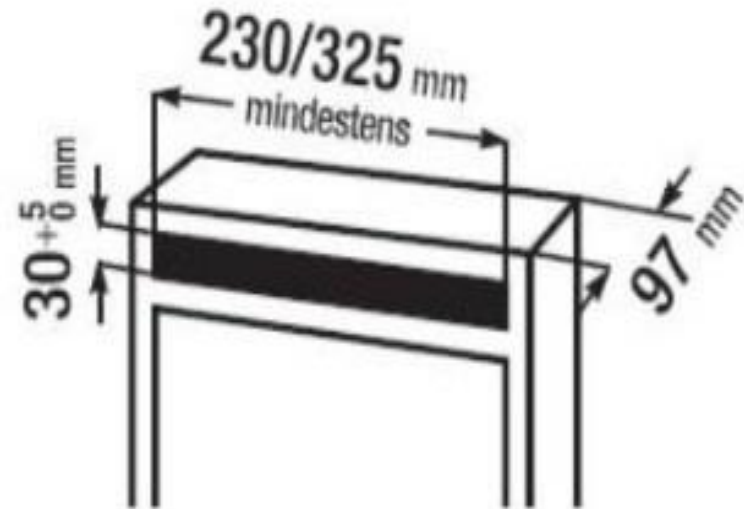
Der Anteil der Zustellungen, die in den Briefkasten gepasst hätten, war am Höchsten in den USA 68%, Frankreich 67%, Norwegen 63%, Neuseeland und Schweiz (beide 62%).

Der Wert war am geringsten in Luxemburg (18%), Österreich (25%), Cypern (27%) und Italien (28%).

Gründe für diese Unterschiede können sein:

- Briefkasten-Größe:
in den USA sind sie größer als in den meisten europäischen Ländern.
- Landes-Unterschiede bei Produktarten und Gewicht:
Konsumenten, die mehr leichte und niedrigwertige Waren kaufen, könnten eher den Briefkasten genannt haben.

Briefkasten-Norm DIN EN 13724



Frage:

Hätte das Päckchen in den Briefkasten passen können?

Stichprobe: 28.802 (alle Befragten)

ZUSTELL - PRÄFERENZEN

Nach Hause wird $\frac{3}{4}$ der Käufer zugestellt.



74%

DER EMPFÄNGER
WURDE IM LETZTEN JAHR
EIN PÄCKCHEN NACH HAUSE
ZUGESTELLT

Hinsichtlich der bevorzugten Übergabestellen gibt es Unterschiede in den Ländern:

- Postamt: in Russland 76%, Island 67%, Cypern 65%
- Poststelle: wichtig in Skandinavien
- Büro/Arbeitsplatz: China 44%, Indien 41%
- Kurier-Paketshop: Frankreich 53%
- Paketboxen: Finnland 43%, Dänemark 41%, China 33%

Frage:
Wohin wurden Ihre Päckchen bei den Online-Käufen in den letzten 12 Monaten zugestellt?
Stichprobe: 28.802 (alle Befragten)

ZUSTELL - PRÄFERENZEN

In Deutschland 86% nach Hause



86%

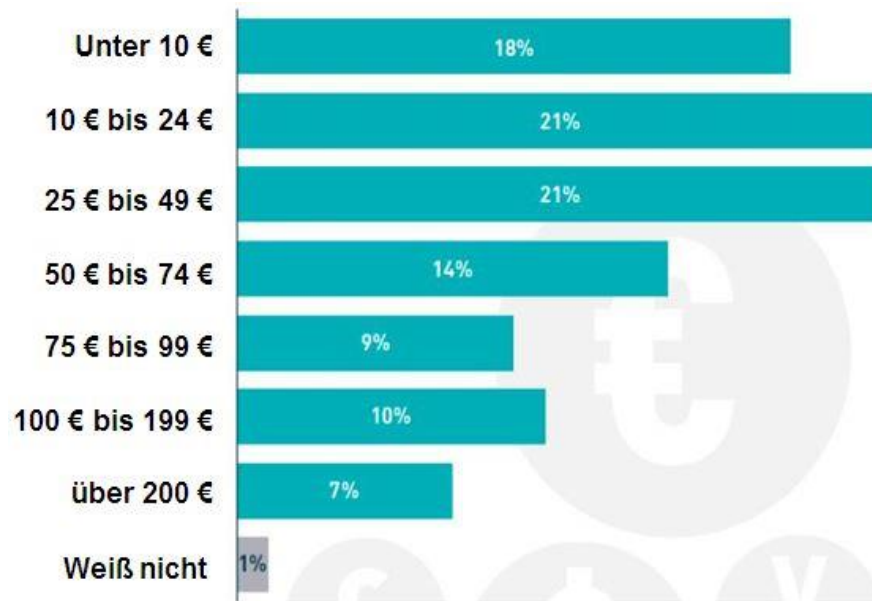
DER DEUTSCHEN
WOLLEN PÄCKCHEN
NACH HAUSE
ZUGESTELLT BEKOMMEN

Eine Studie von DPD zeigt, dass in Deutschland der Wunsch überproportional ausgeprägt ist, E-Commerce-Sendungen nach Hause zugestellt zu bekommen.

Quelle
DPD / EMOTA Country Fact Sheet Germany
https://docs.wixstatic.com/ugd/b18286_bb690a815da04a1f925a81d6fcb18e03.pdf

PRODUKT-WERT / ZÖLLE

39% der Käufe aus dem Ausland <25 €



- Warenwerte <10 € am häufigsten in Niederlande (32%), UK (30%), Australien (28%); am geringsten in Luxemburg (1%), Korea (4%), Österreich (5%).
- Warenwerte >100 € gab es am meisten in Luxemburg und Indien (jeweils 31%), Schweiz (28%) und Mexico (24%).

ZÖLLE



Fragen:

- Bitte nennen Sie in Etwa den Wert der Produkte im jüngsten Einkauf.
- Mussten Sie Zoll bzw. für Zollabwicklung bezahlen?
- An welcher Etappe haben Sie Zoll bzw. für Zollabwicklung bezahlt?
- Wie zufrieden waren Sie mit der Zollabfertigung für diesen jüngsten Einkauf?

Stichprobe: 28.802 (alle Befragten), davon mussten 3.715 Zoll bezahlen

E-COMMERCE & DIRECT MAIL

51% haben 2017 Direct Mail von E-Händlern erhalten



Direct-Mail nutzen E-Händler am meisten in Indien (71%), China (67%), Schweiz (65%), Finnland (64%) und Deutschland (63%).
Nur 1/3 in Island, Dänemark und Australien.

Frage:
Haben Sie Werbepost oder Kataloge von E-Händlern in den letzten 12 Monaten erhalten?
Stichprobe: 28.802 (alle Befragten).
Davon haben 14.681 Print-Werbung von E-Händlern erhalten.

E-COMMERCE & DIRECT MAIL

51% haben daraufhin die Webseite des E-Händlers besucht



Von den Befragten, die Direct-Mail erhielten, haben 51% daraufhin die Webseite des E-Händlers besucht und sogar 44% kauften online. 19% haben sich mit anderen über diese Direct Mail ausgetauscht und 14% Kontakt zu dem E-Händler in Sozialen Medien aufgenommen.

Fragen:

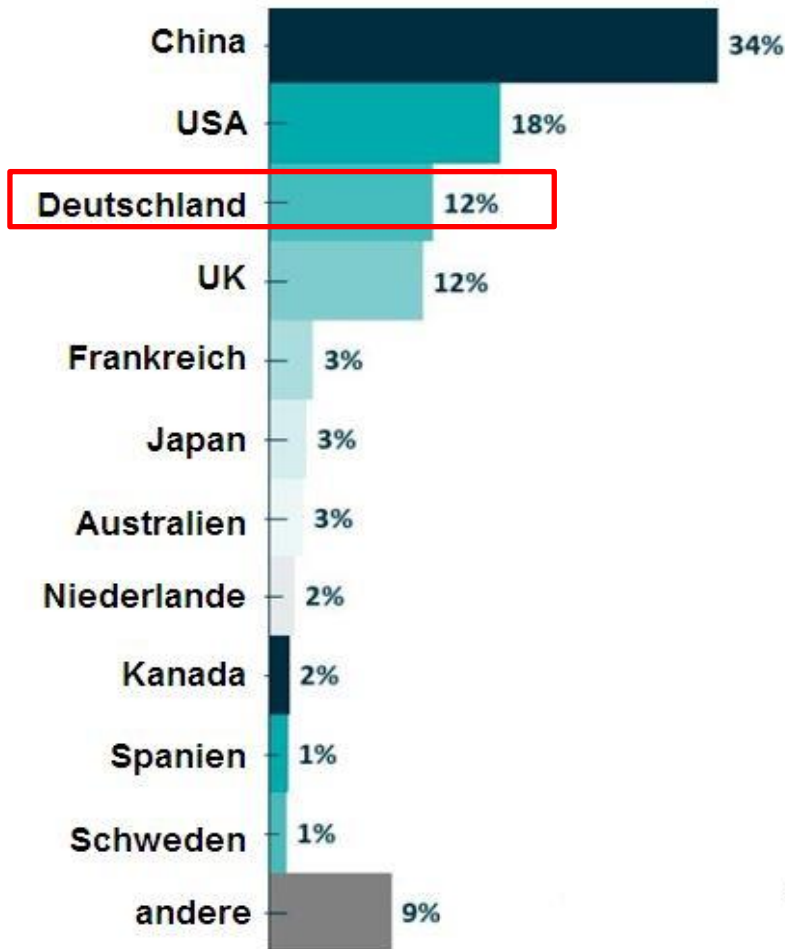
- Haben Sie Werbepost oder Kataloge von E-Händlern in den letzten 12 Monaten erhalten?
- Was haben Sie im letzten Jahr dann nach dem Erhalt von Werbepost oder Kataloge von E-Händlern gemacht?

Stichprobe: 28.802 (alle Befragten).

Davon haben 14.681 Print-Werbung von E-Händlern erhalten.

HERKUNFTSLÄNDER

China mit Anteil von 34% (26% im Jahr 2016).



| | Männl. | Weibl. | 16-34 | 35-54 | 55+ |
|-------------|--------|--------|-------|-------|-----|
| China | 33% | 35% | 33% | 36% | 32% |
| USA | 18% | 17% | 20% | 17% | 15% |
| Deutschland | 13% | 11% | 10% | 13% | 15% |
| UK | 12% | 12% | 11% | 12% | 13% |
| Frankreich | 3% | 4% | 3% | 4% | 4% |
| Japan | 3% | 3% | 4% | 3% | 2% |
| Australien | 2% | 3% | 3% | 2% | 2% |

Deutsche kaufen meistens in folgenden Ländern:

| | | | |
|-------|-----|------------|----|
| China | 30% | Österreich | 9% |
| UK | 18% | Frankreich | 5% |
| USA | 15% | | |

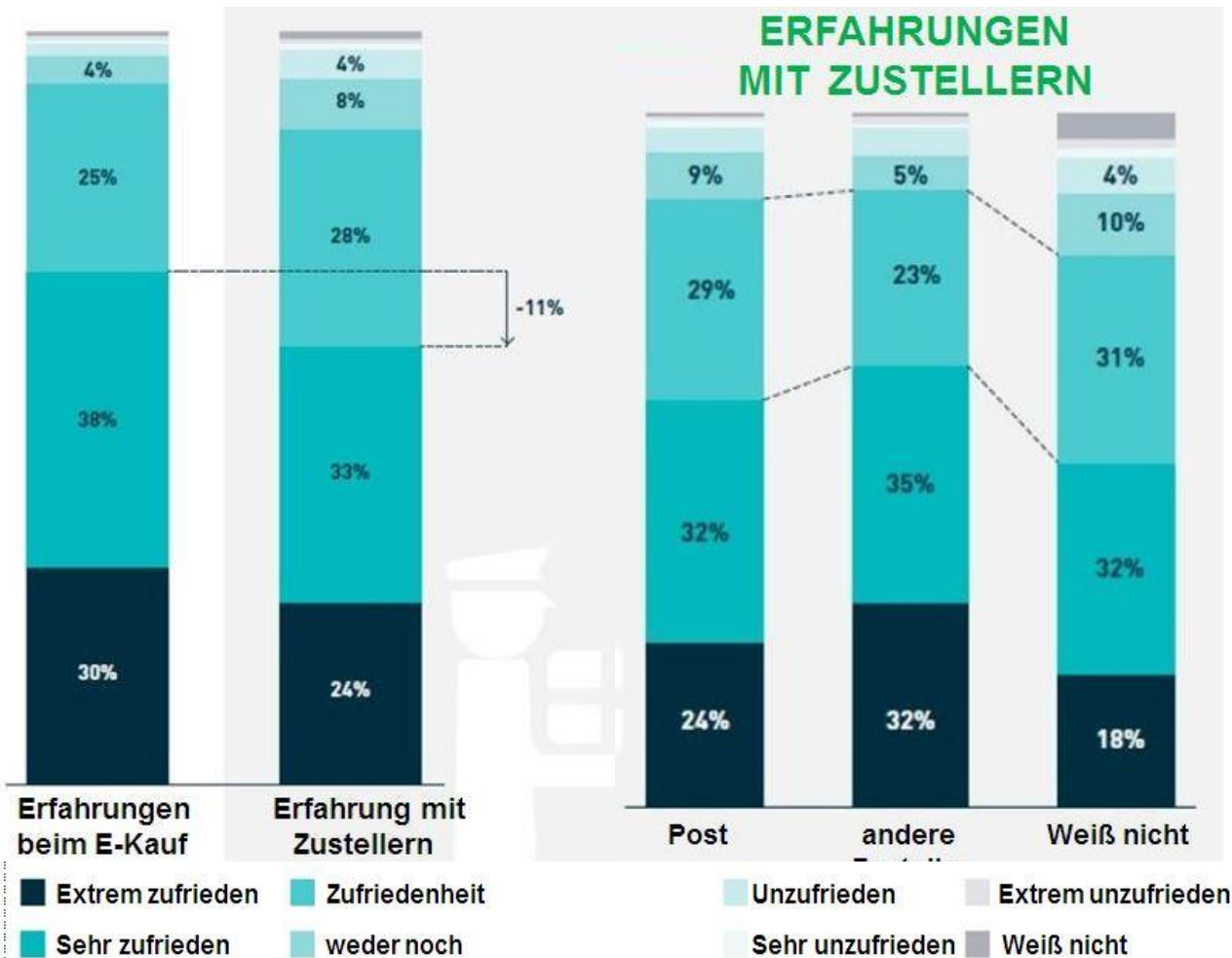
Frage:

In welchem Land haben Sie den letzten Einkauf getätigt?

Stichprobe: 28.802 (alle Befragten)

ZUFRIEDENHEIT

68% der Befragten waren mit der Kauf-Abwicklung „extrem zufrieden“.



95% der Online-Käufer waren insgesamt zufrieden, 68% „extrem“ oder „sehr zufrieden“ mit der Abwicklung. Mit der Zustellung waren aber nur 57% „extrem“ oder „sehr zufrieden“ – eine deutliche Differenz von 11%-Punkten.

Frage:
Wie zufrieden waren Sie mit den Erfahrungen beim E-Kauf und mit dem Zusteller beim jüngsten Kauf?
Stichprobe: 28.802 (alle Befragten)

WICHTIGE KRITERIEN DER ZUSTELLUNG

Trend-Vergleich 2017 zu 2016

| | sehr wichtig | | Änderung |
|--|--------------|------|----------|
| | 2017 | 2016 | |
| Klare Informationen über Zustell-Kosten vor dem Kauf | 74% | 68% | 6% |
| Einfachere und zuverlässige Retouren-Abwicklung | 57% | 52% | 5% |
| Kostenlose Retouren | 57% | 55% | 2% |
| Kostenlose Zustellung bei Kauf über einen bestimmten Wert | 63% | 52% | 11% |
| Rechner vor Bestellung für gesamte Zustell-Kosten | 61% | 46% | 15% |
| Volle Transparenz über die Zustell-Abwicklung mit Suchfunktion | 46% | 42% | 4% |
| Möglichkeit zur Bestimmung des Zustell-Ortes | 46% | 42% | 4% |
| Zustellung innerhalb eines vereinbarten Zeitfensters | 43% | 43% | 0% |
| Schnell antwortender Kundendienst | 42% | 40% | 2% |
| Elektronische Benachrichtigung über Zustellung | 39% | 39% | 0% |
| Kenntnis, welches Unternehmen die Waren zustellt | 31% | 33% | -2% |
| Zustellung genau an dem Tag, der bei Bestellung vereinbart wurde | 30% | 31% | -1% |

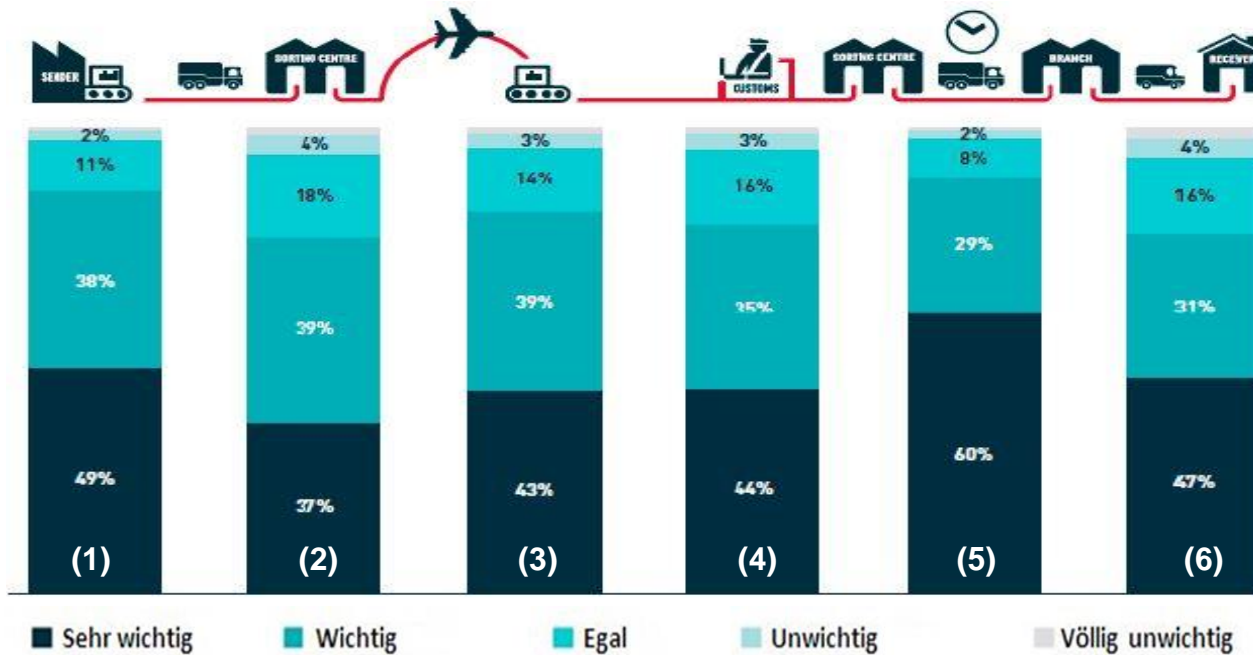
Der Überblick über die Zustell-Kosten vor dem Kauf wird das immer wichtiger werdende Kriterium der Befragten.

An zweiter Stelle steht die Retouren-Abwicklung..

Frage:
Wie wichtig sind die einzelnen Kriterien für Sie beim Online-Kauf?
Stichprobe: 28.802 (alle Befragten)

SENDUNGS - VERFOLGUNG

im Ausland.



DIE MELDUNG
„BEFINDET SICH
IN DER ZUSTELLUNG“
IST WICHTIG FÜR
89%
DER EMPFÄNGER

- (1) Päckchen wurde beim ausländischen Versender abgeschickt.
- (2) Päckchen hat das Land des Versenders verlassen.
- (3) Päckchen ist in meinem Land angekommen.
- (4) Päckchen befindet sich beim Zoll.
- (5) Päckchen befindet sich in der Zustellung und wird heute zugestellt
- (6) Päckchen wurde zugestellt

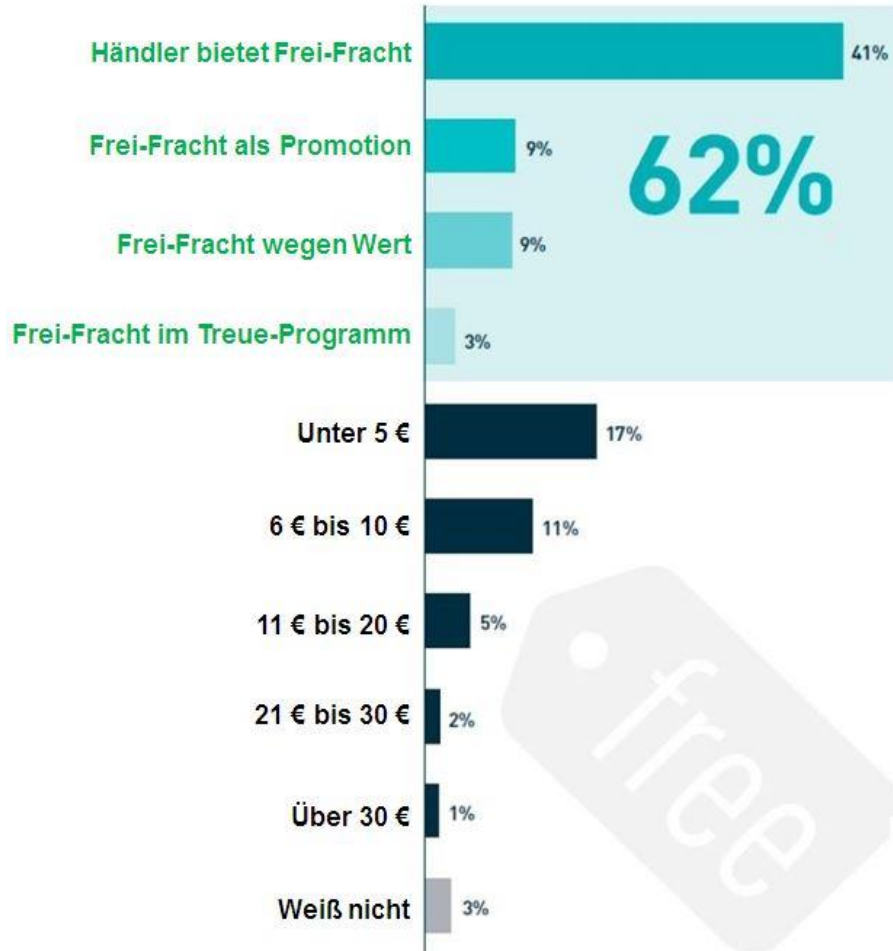
Fragen:

- Wie wichtig sind für Sie die einzelnen Transport-Etappen beim Online-Kauf im Ausland?
- Wie wichtig ist es für Sie, informiert zu werden, welche Etappe Ihr Paket erreicht hat?

Stichprobe: 28.802 (alle Befragten)

ZUSTELL - KOSTEN

62% hatten kostenlose Zustellung



76%
DER CHINESISHCEN
KONSUMENTEN
HATTEN FREIFRACHT

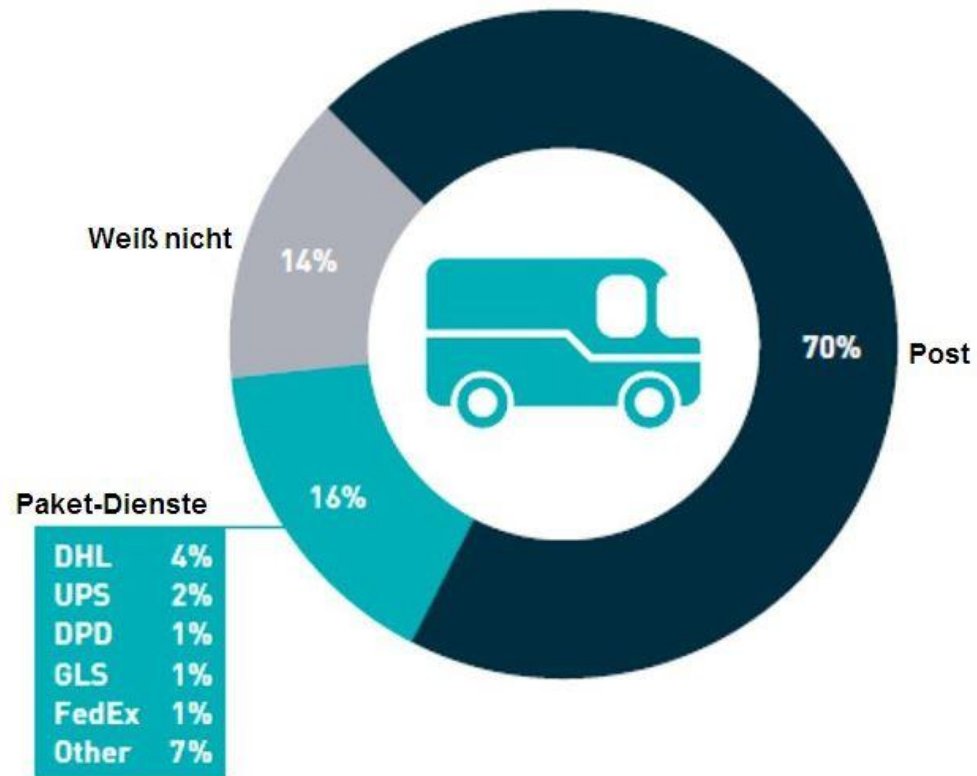
Die Umfrage zeigt nicht nur auf, dass die Waren leichter und niedriger im Preis werden, sondern dass auch kostenlose Zustellung üblich wird. Der Anteil der frachtfreien Zustellungen war am höchsten in Russland (83%), China (76%), gefolgt von Österreich, Ungarn und Spanien mit 70%.

Befragte in Skandinavien waren eher bereit, Fracht zu bezahlen.

Frage:
Bitte nennen Sie die Frachtkosten für diesen jüngsten Einkauf?
Stichprobe: 28.802 (alle Befragten)

ZUSTELLER

16% Paketdienste



70%

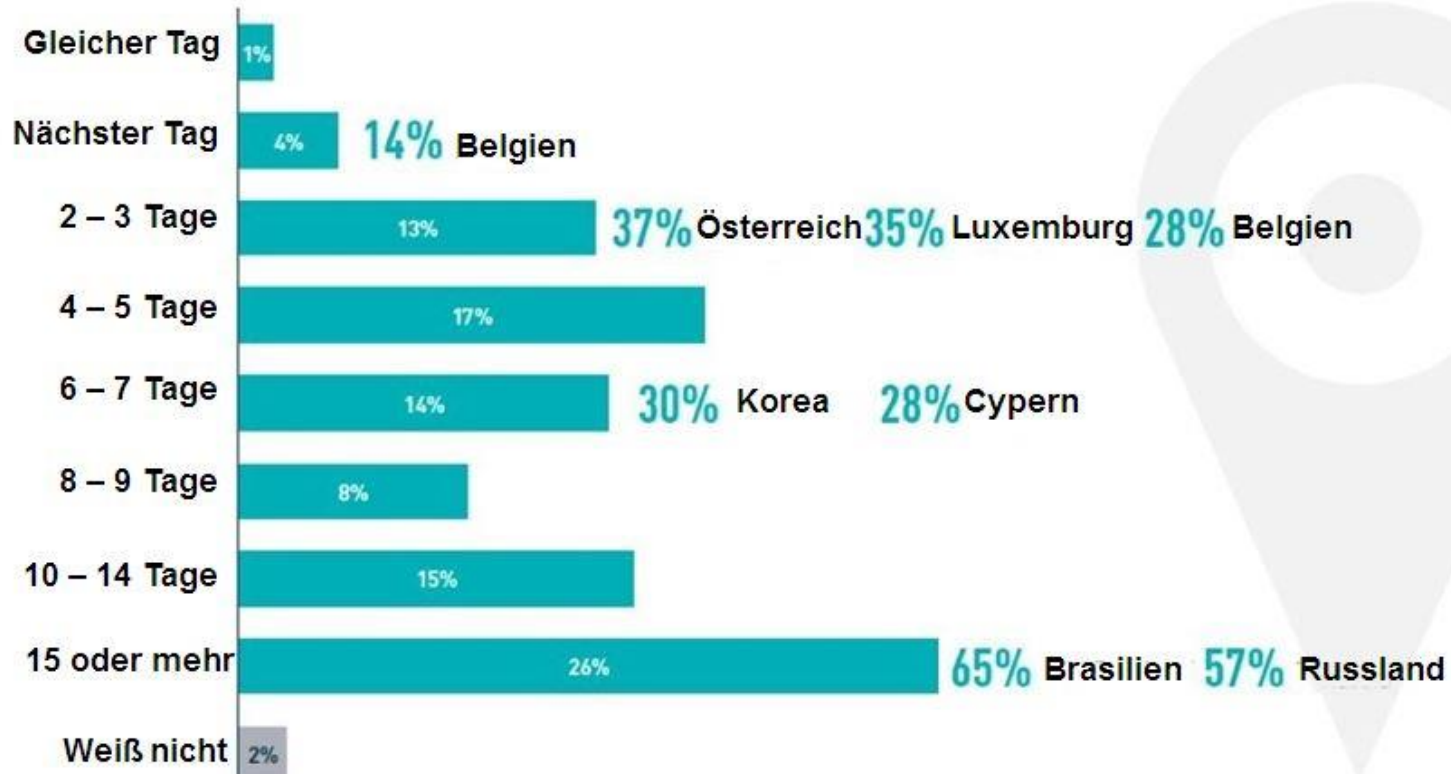
DER JÜNGSTEN KÄUFE
IM AUSLAND KAMEN
MIT DER POST

Frage:

Bitte nennen Sie den Zusteller für diesen jüngsten Einkauf
Stichprobe: 28.802 (alle Befragten)

LAUFZEITEN

Längere Laufzeiten in wachsenden Ländern



Fragen:

- Nach wieviel Tagen sollte ein Päckchen bei Ihnen eintreffen, wenn es von einem E-Händler in kommt?
- Wie lange dauerte es vom Online-Kauf bis zur Zustellung?

Stichprobe: 28.802 (alle Befragten)

WAS KANN DIE POST TUN

um die Zufriedenheit mit Zustellungen aus dem Ausland zu verbessern



IPC Dynamic Merchant Platform.

IPC hat eine Software entwickelt, die mit der Integration der Funktionen (siehe Grafik) den Verbrauchern bei Käufen im Ausland eine vorteilhafte Transparenz bietet - vom Auftrag bis zur Retouren-Abwicklung.

ENVELOPE 2.0

