

# Deutsche zu geizig für Same-Day-Delivery

☒ Geht es um das Thema Same-Day-Delivery, bricht bei vielen Deutschen der Schwabe durch. Denn der deutsche Michel ist nicht gewillt, für die Zustellung seiner Online-Bestellungen am selben Tag etwas extra zu bezahlen. Dennoch ist das Thema für die Branche ein heißes Eisen. Wenn es sich denn jemals durchsetzen wird.

Obwohl gerade einmal drei Prozent der Online-Händler in Deutschland die taggleiche Zustellung anbieten – so eine Analyse des **Forschungsinstituts ECC Köln** –, sagt die Unternehmensberatung McKinsey bis 2020 einen regelrecht Boom dieses Service voraus.

Demgegenüber steht eine Analyse des Forschungsinstituts ibi Research der Universität Regensburg. Nur etwa ein Viertel der befragten Kunden, seien Willens, für einen solchen Schnellliefer-Service einen Aufpreis zu zahlen. Mehr als 50 Prozent würde Same-Day-Delivery nur nutzen, wenn sie kostenlos ist. Jeder Fünfte nicht einmal dann.

Gerrit Heinemann, der Leiter des eWeb Research Centers der Hochschule Niederrhein, bringt es auf den Punkt:

*“Die meisten Deutschen sind beim Einkauf noch immer sehr preisorientiert. Dass sie bereit sind, für eine Lieferung am selben Tag viel zu zahlen, glaube ich vorerst nicht.”*

Zurzeit habe der Online-Shopper noch andere Anforderungen an den Online-Handel, weiß auch ECC-Geschäftsführer Kai Hudetz. Der Bedarf beim Verbraucher sei bislang nicht so groß.

*“Für die meisten von ihnen wäre es wichtiger, ein für sie passendes Zeitfenster wählen zu können, in dem die Ware geliefert wird. Dann müssten sie nicht mehr hinter dem Nachbarn herrennen oder das Paket bei der Post abholen.”*