



Boniversum Verbraucherumfrage II/2018

## „Click & Collect“ – Verbreitung und Nutzung

## „Click & Collect“.

### Teilnehmer

1.011 Verbraucher im Alter zwischen 18 und 69 Jahren.

**Online bestellen und die Ware im stationären Geschäft abholen** – so funktioniert „Click & Collect“. Der Kunde von heute möchte so komfortabel und flexibel wie möglich einkaufen. Und dies über alle Kanäle hinweg. Schnelle Verfügbarkeit, Versandkostenersparnis, zusätzliche Services wie Beratung vor Ort und andere Vorteile sprechen für „Click & Collect“. Aber wird dieses Crosschannel-Prinzip von den Konsumenten auch angenommen?

Eindeutig: Ja. **„Click & Collect“** ist laut den Ergebnissen unserer Verbraucherbefragung **bekannter und stärker genutzt** als die meisten bisherigen Umfragen vermuten lassen.



**„E-Commerce entlastet Innenstädte von Einkaufsverkehren, da Waren – vom täglichen Bedarf bis zu Luxusgütern – in gebündelten Lieferprozessen in die Läden oder direkt nach Hause zugestellt werden. Zudem unterstützt er die stationäre Einkaufspräsenz. Damit kommt Click & Collect nicht nur bei Händlern und Kunden gut an, wie die Studie zeigt, sondern auch bei Stadtplanern und letztlich der Umwelt.“**

*Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)*

## „Click & Collect“.

### Teilnehmer

1.011 Verbraucher im Alter zwischen 18 und 69 Jahren.



„ Mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer geben an, schon einmal „Click & Collect“ genutzt zu haben. Und das Potenzial, das für Händler darin steckt, ist noch lange nicht ausgeschöpft. Die Mehrheit der befragten Personen bestätigt, häufiger in dieser Form zu bestellen, wenn die Option „Kauf auf Rechnung“ gegeben wäre.“

Marc Leske, Head of Sales E-Commerce der Creditreform Boniversum GmbH



### Gut genutzt

60 Prozent der Umfrageteilnehmer haben schon einmal via „Click & Collect“ Ware bestellt.



### Potenzial vorhanden

54 Prozent der „Click & Collect“-Nicht-Nutzer können sich vorstellen, zukünftig diesen Bestellweg zu nutzen.



### Rechnungskauf als hoher Anreiz

63 Prozent der Befragten würden häufiger via „Click & Collect“ bestellen, wenn „Kauf auf Rechnung“ angeboten würde.

## Bezugsgrößen und Teilnehmer.

Die Creditreform Boniversum GmbH führt seit dem Jahr 2010 regelmäßig Umfragen zu aktuellen Verbraucherthemen durch.

Die Analysen basieren jeweils auf einer bundesweiten und bevölkerungsrepräsentativen Online-Umfrage von über 1.000 Verbrauchern im Alter zwischen 18 und 69 Jahren.

## „Click & Collect“ – Verbreitung und Nutzung

Die Umfrage „Click & Collect“ wurde Anfang September 2018 von Creditreform Boniversum GmbH in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V. (bevh) durchgeführt. 1.011 Verbraucher beteiligten sich an der Befragung. Das Serviceangebot „Click & Collect“ bietet die Möglichkeit, Produkte zunächst online auszusuchen und zu kaufen. Die Abholung der Ware findet jedoch in einem stationären Einzelhandelsgeschäft statt.

### Bezugsgrößen

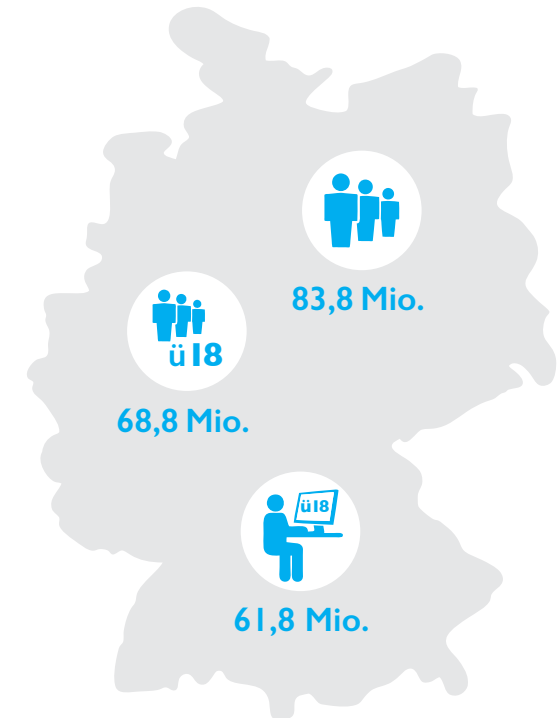
Bevölkerung: **83,8 Millionen**  
(Destatis, Hochrechnung)

Personen über 18 Jahre: **68,8 Millionen**  
(microm) (= potenzielle Einkäufer)

Potenzielle Nutzer von „Click & Collect“  
über 18 Jahre: **61,8 Millionen**

#### Hinweis

Bei den Prozentangaben in dieser Studie handelt es sich um gerundete Werte (Nachkommastelle). Der Begriff „Click & Collect“ wird stellenweise durch „C&C“ abgekürzt.



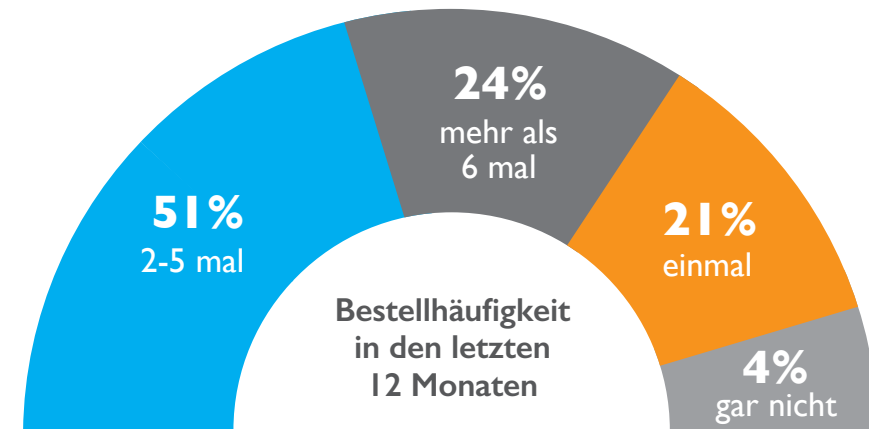
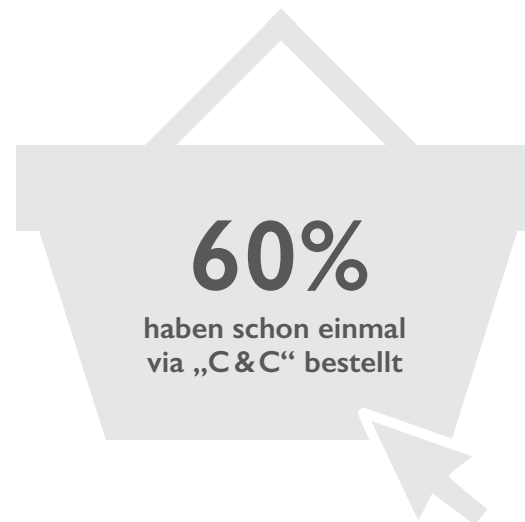
## Nutzung und Kenntnis.

Mehrzahl bestellt mehrfach.

**Besonders Personen unter 40 Jahren bestellen gerne via „Click & Collect“.**

Rund 60 Prozent der befragten Verbraucher (hochgerechnet ca. 36,9 Millionen Personen) haben schon einmal **Ware via „Click & Collect“ online bestellt** und diese zur Abholung in ein nahegelegenes Geschäft liefern lassen. 33 Prozent geben an, diesen Service zu kennen, aber noch nie genutzt zu haben (20,4 Millionen). 7 Prozent kennen das Serviceangebot nicht (4,6 Millionen).

Die meisten „Click & Collect“-Nutzer (51 Prozent) haben in den vergangenen 12 Monaten zwei- bis fünfmal auf diese Weise eingekauft. Rund 25 Prozent der Umfrageteilnehmer nur einmal (21 Prozent) bzw. gar nicht (4 Prozent). Ein weiteres Viertel (24 Prozent) mehr als sechsmal.

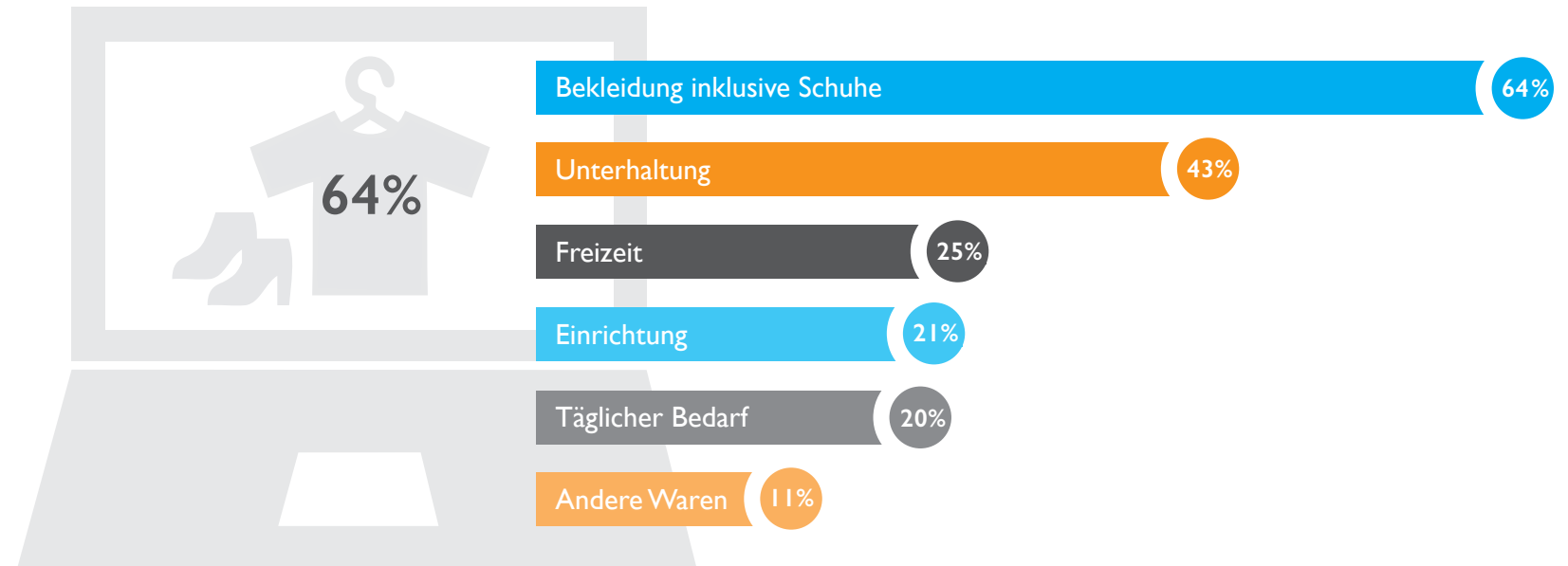


## Eingekaufte Produkte und Warengruppen.

Nicht nur Schuhe sind der Renner.

Männer kaufen häufig Produkte aus den Warengruppen „Freizeit“ und „Unterhaltung“, Frauen Produkte aus „Bekleidung inklusive Schuhe“ und „Freizeit“.

Die meisten **Bestellungen von „Click & Collect“-Nutzern** galten Produkten aus den Warengruppen „Bekleidung, inklusive Schuhe“ (64 Prozent), „Unterhaltungsprodukte“ (43 Prozent) und „Freizeit“ (25 Prozent). Im Schnitt haben „Click & Collect“-Nutzer Produkte aus rund 1,8 verschiedenen Warengruppen online bestellt und in einer stationären Filiale abgeholt.



**Warengruppe-Cluster: Bekleidung inkl. Schuhe:** Bücher / Ebooks / Hörbücher; Bild-/Tonträger; Computer / Zubehör/ Spiele / Software inkl. Downloads, Elektronikartikel / Telekommunikation; **Freizeit:** DIY (Do-it-yourself) / Blumen, Spielwaren, Auto / Motorrad / Zubehör, Hobby / Freizeitartikel; **Einrichtung:** Möbel / Lampen/Deko, Haus-/Heimtextilien, Haushaltswaren/-geräte; **Täglicher Bedarf:** Lebensmittel, Drogerie, Tierbedarf; **Andere Waren**

## Gründe für Bestellungen via „Click & Collect“.

Shopper ohne Versandkosten.

Die „Click & Collect“-Nutzer nennen **im Schnitt drei Gründe**, die aus ihrer Sicht für einen Einkauf über diesen Bestellweg sprechen. Die Top 4: Einsparung von Versandkosten (55 Prozent), Flexibilität bei der Abholung der bestellten Ware (48 Prozent) sowie kostenlose Retoure im Geschäft (34 Prozent) und die Möglichkeit, die Abholung mit anderen Einkäufen „vor Ort“ zu verbinden (34 Prozent).



## Probleme bei der Abholung.

„Click & Collect“  
– it works!

Frauen und Personen über 40 Jahre nennen die wenigsten Probleme bei Abholung.

Überdurchschnittlich häufig geben Männer „versäumte Abholungen“ an.

Drei von vier „Click & Collect“-Nutzern (76 Prozent) hatten noch **nie Probleme bei der Abholung** der bestellten Waren im Geschäft. Die restlichen 24 Prozent beklagen sich u.a. über eine lange Warteschlange bei der Abholung, fehlende oder vertauschte Ware und mangelnden Service für „Click & Collect“-Kunden im stationären Handel.

Aber auch die Käufer sind zuverlässig: Vier von fünf „Click & Collect“-Nutzern (82 Prozent) geben an, noch nie die Abholung von bestellten Waren im Geschäft versäumt zu haben.

### Probleme bei der Abholung

(Mehrfachnennungen möglich)

9% Lange Warteschlange

8% Bestellte Ware im Geschäft nicht vorhanden

7% Abholschalter nicht gekennzeichnet oder Teil der normalen Kasse

5% Niemand zeigte sich in der Filiale bei Problemen zuständig

3% Es war ein anderer als der bestellte Artikel vorhanden

2% Es gab andere Probleme

76% Noch nie Probleme bei der Abholung



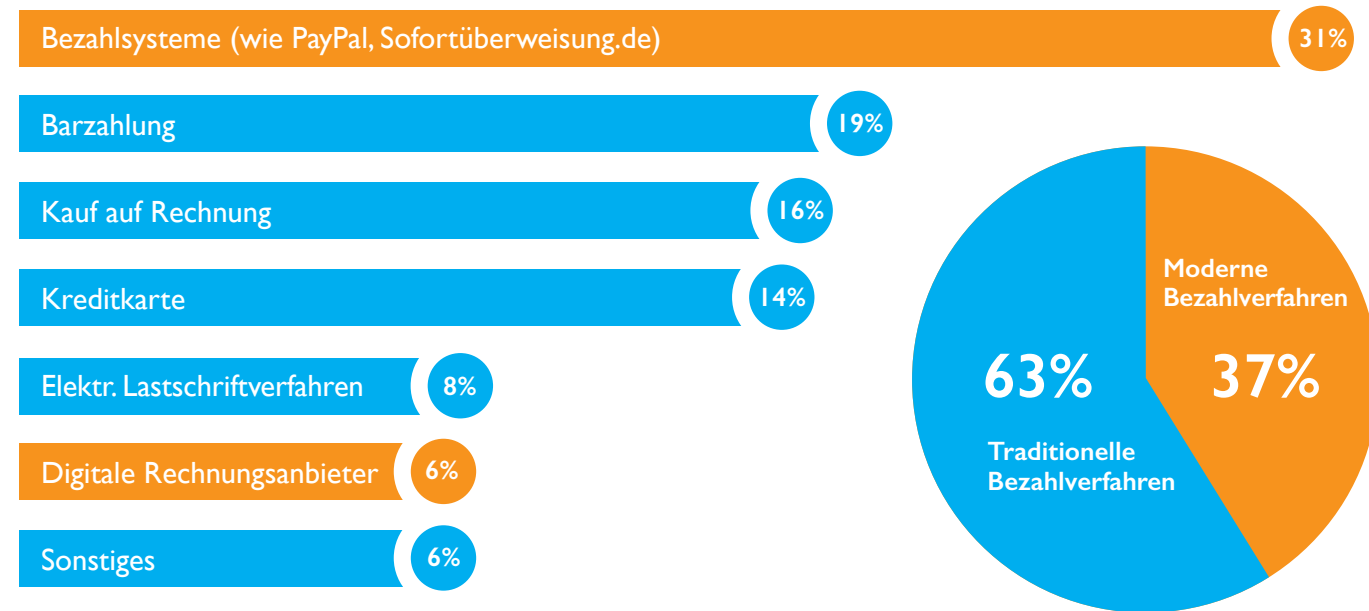
## Genutzte Bezahlverfahren.

Traditionell schlägt digital.

Frauen und Personen über 40 Jahre zahlen am liebsten auf Rechnung. Männer bevorzugen Barzahlung.

31 Prozent der „Click & Collect“-Käufer nutzten bei Einkäufen mit dieser Methode Bezahlverfahren wie z. B. PayPal und Sofortüberweisung.de. Danach folgen die Barzahlung (19 Prozent), der Kauf auf Rechnung (16 Prozent) und die Kreditkarte (14 Prozent). Alle anderen Bezahlverfahren liegen in der Käufergunst bei unter 10 Prozentpunkten.

„Traditionelle Bezahlverfahren“ wie Kreditkarte, Vorkasse oder Lastschriftverfahren sind **insgesamt beliebter als die „modernen Bezahlverfahren“** wie PayPal und Sofortüberweisung.de oder auch Klarna oder Billsafe.



## Gewünschte Bezahlverfahren.

Die Rechnung bitte!

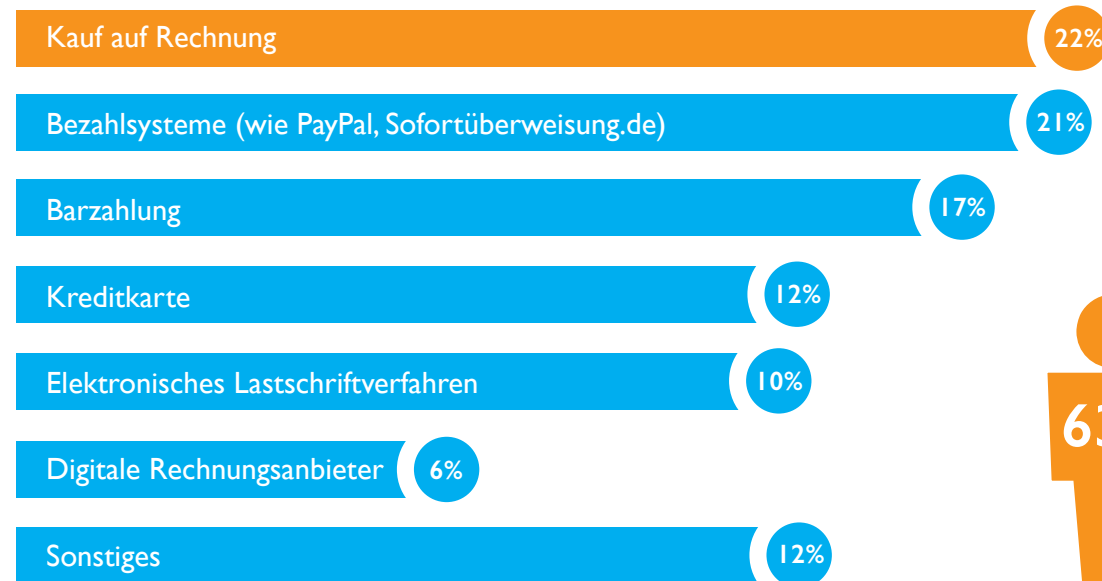
**Besonders Frauen bevorzugen den Rechnungskauf und würden mehr bestellen, wenn ihnen diese Bezahlart zur Verfügung steht.**

Bei den gewünschten Bezahlverfahren liegt der **„Kauf auf Rechnung“ auf Platz 1** im Ranking. 22 Prozent der Umfrageteilnehmer würden, wenn ihnen für „Click & Collect“-Einkäufe alle Bezahlverfahren zur Verfügung gestellt werden, den Rechnungskauf wählen. 21 Prozent würden sich für „Bezahlverfahren wie z. B. PayPal, Sofortüberweisung.de“ und 17 Prozent für Barzahlung entscheiden.

63 Prozent der befragten Verbraucher geben an, sie würden häufiger via „Click & Collect“ bestellen, wenn sie die Bezahlart „Kauf auf Rechnung“ angeboten bekämen.

### Gewünschte Bezahlverfahren

(Mehrfachnennungen möglich)



**63%** würden häufiger via „C & C“ einkaufen, wenn ihnen der Rechnungskauf angeboten würde

## Bewertung des Angebots und zusätzliche Gebühren.

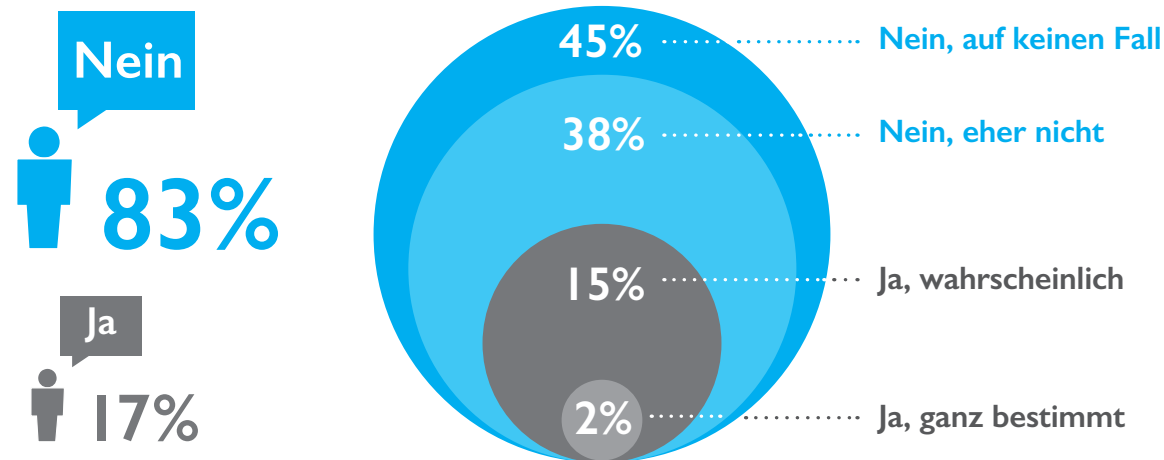
Nachfrage groß, wenn kostenlos.

Überdurchschnittlich häufig lehnen Männer und Personen unter 40 Jahren zusätzliche Servicegebühren für „Click & Collect“ ab.

Mit der Anzahl und Verbreitung der Shops, die „Click & Collect“ anbieten, sowie der Angebotsvielfalt sind die Umfrageteilnehmer zufrieden. Alles in allem wird die Leistungsperformance des Serviceangebots „Click & Collect“ mit einer befriedigenden Schulnote bewertet.

Nur eine Minderheit ist bereit, **zusätzliche Gebühren für den „Click & Collect“-Service** zu bezahlen. Die deutliche Mehrheit der Befragungspersonen würde für den Fall, dass der „C&C“-Service extra bezahlt werden muss, dies ablehnen (83 Prozent). 45 Prozent beantworten diese Frage mit „Nein, auf keinen Fall“, auf keinen Fall“ und weitere 38 Prozent mit „Nein, eher nicht“. Nur rund 17 Prozent der befragten Verbraucher geben an, einen Mehrpreis „ganz bestimmt“ (2 Prozent) oder „wahrscheinlich“ (15 Prozent) bezahlen zu wollen.

Würden Sie für den „Click & Collect“-Service extra zahlen?



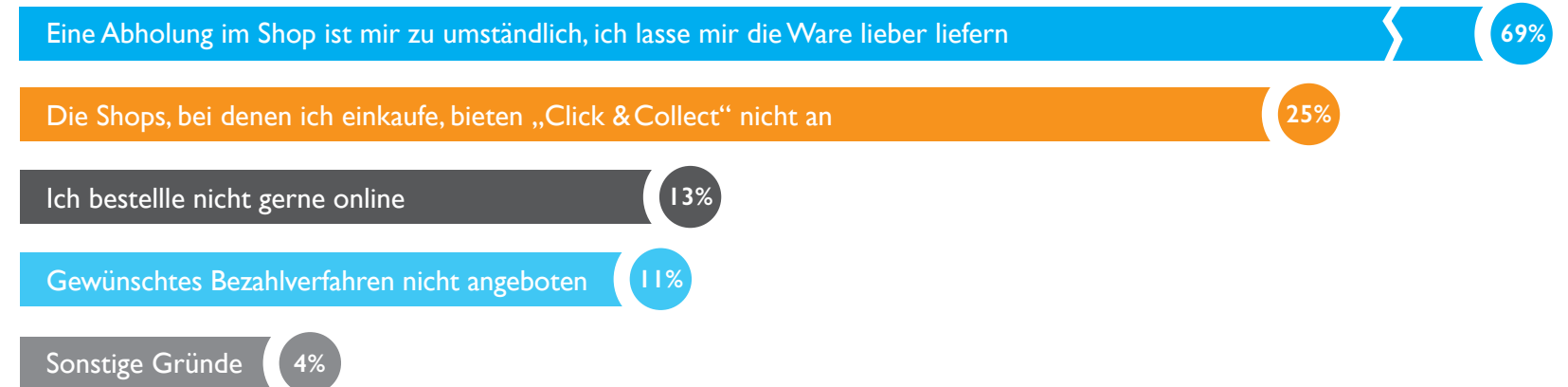
## Potenzial für „Click & Collect“.

Noch Luft nach oben.

Ca. 40 Prozent der Umfrageteilnehmer haben **noch nie via „Click & Collect“ bestellt**. Davon können sich jedoch ca. 54 Prozent sehr gut vorstellen, zukünftig online bestellte Ware auch im stationären Handel abzuholen. Das gilt besonders für Produkte der Warengruppen „Bekleidung, inkl. Schuhe“, „Unterhaltung“ und „Freizeit“. Diese Präferenz stimmt mit der tatsächlichen Nachfrage der befragten „Click & Collect“-Nutzer überein.

Der meistgenannte Grund, aus dem sich die Befragten gegen diesen Bestellweg entschieden haben, ist die Abholung im Shop. 69 Prozent der „Click & Collect“-Nicht-Nutzer lassen sich die Ware lieber nach Hause liefern.

### Warum haben Sie noch nie via „Click & Collect“ bestellt?



## Fragen an die Verbraucher.

- 01 Haben Sie schon einmal Waren online bestellt und diese zur Abholung in ein nahegelegenes Geschäft liefern lassen? (*n = 1.011*)
- 02 Wie häufig haben Sie in den letzten zwölf Monaten bereits Waren online bestellt und diese zur Abholung in ein nahegelegenes Geschäft liefern lassen? (*n = 603*)
- 03 Wenn Sie schon einmal Waren online bestellt und diese zur Abholung in ein nahegelegenes Geschäft haben liefern lassen, welche Produkte haben Sie per „Click & Collect“ bestellt? (*n = 603*)
- 04 Aus welchen Gründen haben Sie die (oben genannten) Waren per „Click & Collect“ bestellt? (*n = 603*)
- 05 Hatten Sie schon einmal Probleme bei der Abholung von Produkten, die Sie per „Click & Collect“ bestellt haben? (*n = 603*)
- 06 Haben Sie schon mal die Ware im Geschäft nicht abgeholt, die Sie mit „Click & Collect“ bestellt hatten? (*n = 596*)
- 07 Welches Bezahlverfahren nutzen Sie regelmäßig bzw. am häufigsten, wenn Sie mit „Click & Collect“ bestellt haben? Nennen Sie bitte das von Ihnen am meisten genutzte Bezahlverfahren. (*n = 603*)
- 08 Sie haben angegeben, das Service-Angebot „Click & Collect“ nicht zu kennen bzw. nicht zu nutzen. Warum haben Sie bislang nicht mit Click-Collect bestellt? (*n = 408*)
- 09 Auch wenn Sie „Click & Collect“ noch nicht genutzt haben bzw. nicht kennen, können Sie sich vorstellen, ein solches Service-Angebot zu nutzen, bei dem Sie Waren online bestellen und diese dann zur Abholung in ein nahegelegenes Geschäft liefern lassen? (*n = 408*)
- 10 Auch wenn Sie das Angebot „Click & Collect“ noch nicht genutzt haben bzw. nicht kennen, gibt es Produkte, für die ein solches Service-Angebot für Sie interessant wäre? (*n = max. 387*)
- 11 Ganz generell: Welche Bezahlverfahren würden Sie am liebsten nutzen, wenn Sie mit „Click & Collect“ bestellen? Nennen Sie bitte die drei für Sie wichtigsten Bezahlverfahren. (*n = 1.011*)
- 12 Würden Sie häufiger per „Click & Collect“ bestellen, wenn die Möglichkeit „Kauf auf Rechnung“ angeboten würde? (*n = 868*)
- 13 Sind Sie bereit, für den „Click & Collect“-Service extra zu bezahlen, wie zum Beispiel bei IKEA? (*n = 936*)
- 14 Ganz generell: Wie bewerten Sie das derzeitige Angebot des „Click & Collect“-Service? Bitte nutzen Sie hierzu die Schulnotenskala. (*n = max. 724*)

## Die Projekträger.

### **Boniversum** Consumer Information

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) ist einer der führenden Anbieter von Bonitätsinformationen über Privatpersonen in Deutschland. Boniversum wurde 1997 gegründet und ist ein Unternehmen der Creditreform Gruppe. Das Unternehmen bietet Verbraucherinformationen und integrierte Risikomanagementlösungen für die kreditgebende Wirtschaft wie Versandhändler, Online-Shops, Touristikunternehmen, Banken, Versicherungen, Wohnungsgesellschaften und viele mehr. Regelmäßig veröffentlicht Boniversum in Zusammenarbeit mit renommierten Partnern und Instituten umfangreiche Studien und Umfragen, um Trends frühzeitig vorherzusehen und Veränderungen im Verbraucher- bzw. Schuldnerverhalten oder in der Kreditaffinität sicher zu prognostizieren.



Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bev) ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler). Neben den Versendern sind dem bev auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Nach Fusionen mit dem Bundesverband Lebensmittel-Onlinehandel und dem Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler repräsentiert der bev die kleinen und großen Player der Branche. Der bev vertritt die Brancheninteressen aller Mitglieder gegenüber dem Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie eine fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbandes.

**Creditreform Boniversum GmbH**  
Hellersbergstraße 11  
41460 Neuss  
[www.boniversum.de](http://www.boniversum.de)

*Pressekontakt **Boniversum***  
Aleksandra Gulba  
Telefon +49 2131 109-5103  
[a.gulba@boniversum.de](mailto:a.gulba@boniversum.de)

*Pressekontakt **bevh***  
Susan Saß  
Telefon +49 30 20 61 385-16  
[susan.sass@bevh.org](mailto:susan.sass@bevh.org)

*Erhebung*  
Innofact AG, Düsseldorf  
*Wissenschaftliche Beratung*  
Dr. Rainer Bovelet, Aachen

*Bildnachweis „Frau mit Tablet“*  
© shapecharge Foto: iStockphoto