

"Afgelopen jaar 36% meer pakketten bezorgd bij pakketpunten"

28-02-2024 09:37



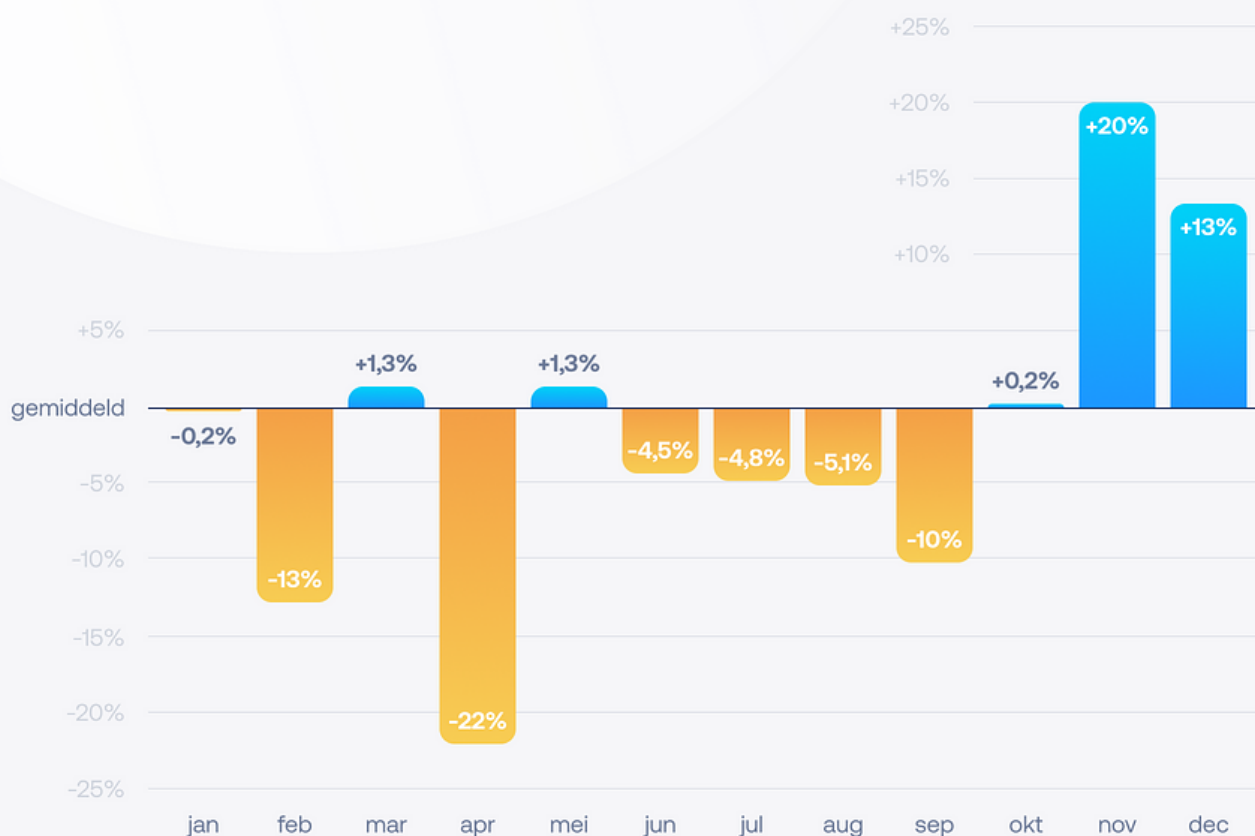
2023 was het jaar waarin de e-commerce industrie herstelde, maar ook het jaar waarin pakketbezorgers werden geconfronteerd met inflatie, brandstof toeslagen en personeelstekorten. Toch staat de pakketmarkt er in Nederland goed voor: 80 procent van de pakketten werd afgelopen jaar al de volgende dag bij de klant bezorgd.

In navolging van de gisteren gepubliceerde cijfers van PostNL, deelt Sendcloud vandaag haar blik op de

Nederlandse pakketmarkt. Het verzendplatform voor e-commerce analyseerde de verzenddata van meer dan 25.000 webwinkels in Europa.

- Gemiddeld werden pakketten in 2023 in 1,24 dagen afgeleverd bij de consument
- November was de drukste maand met 20 procent meer pakketten dan gemiddeld
- Cyber Monday was met een verdriedubbeling (+267%) van het pakketvolume de drukste dag
- De grootste verschuiving vindt plaats in out-of-home bezorging, met een toename van 36 procent in de leveringen aan pakketpunten

Ontwikkeling pakketvolume per maand in Nederland in 2023



sendcloud

Maanden met bovengemiddelde pakketvolumes
Maanden met ondergemiddelde pakketvolumes

Nederlander verwend met snelle levertijd

Hoewel pakketbezorgers in de zomer van 2023 nog van een piek in bezorgdrukten spraken, werd het merendeel van de pakketten in Nederland dit jaar tijdig geleverd. Maar liefst 4 op de 5 pakketten (80%) bereikte de klant al de volgende dag. Consumenten konden daarmee rekenen op een snelle levertijd van 1,24 dagen per pakket. Nederland is daarmee het braafste jongetje van de klas: gemiddeld ligt de levertijd in Europa op 1,54 dagen, in

Frankrijk wachten consumenten zelfs 2,32 dagen op hun bestelling.

Consument kiest steeds vaker voor pakketpunt

Opvallend dit jaar is de groeiende vraag van consumenten naar out-of-home bezorging. Het aantal pakketten dat rechtstreeks naar een pakketpunt werd verzonden, steeg met 36 procent ten opzichte van 2022. Hoewel de meerderheid van de pakketten nog wel aan huis geleverd wordt, kiezen Nederlanders steeds vaker al tijdens het afrekenen voor levering naar een pakketpunt.

“Consumenten worden steeds veeleisender als het gaat om pakketbezorging en willen zelf bepalen waar, wanneer en hoe een pakket bezorgd wordt. Pakketpunten, en in het bijzonder pakketkluizen, zijn een goede manier om aan deze vraag tegemoet te komen. Niet alleen biedt out-of-home bezorging de consument het nodige gemak, met een aflevergarantie van 100 procent en minder onnodig aanbellen is het voor vervoerders een uitstekende manier om hun operatie te optimaliseren en bovendien hun ecologische voetafdruk te verkleinen. We verwachten dat pakketpunten- en kluizen in 2024 een steeds prominentere rol gaan spelen,” aldus Sabi Tolou, CCO en Co-Founder bij Sendcloud.

Redactie