



DHL Express erwartet weiteres Wachstum im globalen E-Commerce

- Studie prognostiziert bis 2027 Umsatzsteigerungen im B2B E-Commerce um über 70 Prozent auf 20,9 Billionen US-Dollar (2019: 12,2 Billionen US-Dollar)
- Covid-19-Pandemie treibt digitale Transformation und führt zu deutlich beschleunigtem Wachstum im B2C und B2B E-Commerce
- DHL Express schließt 2020 mit bestem Ergebnis in Unternehmensgeschichte ab: Operatives Ergebnis (EBIT) stieg um knapp 35 Prozent auf 2,7 Milliarden Euro

Bonn, 30. März 2021: DHL Express, der weltweit führende Anbieter für internationale Expressdienstleistungen, hat heute ein neues Whitepaper „*The Ultimate B2B E-commerce Guide: Tradition is out. Digital is in.*“ vorgestellt. Die Studie prognostiziert für die kommenden Jahre ein starkes Wachstum des weltweiten B2B E-Commerce Marktes: bis 2025 werden 80 Prozent aller B2B-Geschäfte zwischen Lieferanten und professionellen Einkäufern über digitale Kanäle erfolgen. Haupttreiber des weltweiten E-Commerce Wachstums sind die beschleunigte Digitalisierung infolge der Covid-19-Pandemie und das sich grundsätzlich veränderte Kaufverhalten der technikaffinen Generation Y, die mittlerweile mehrheitlich auch die professionellen Kaufentscheidungsprozesse in Unternehmen prägt. Die für die Zukunft prognostizierte Entwicklung des B2B-Sektors, zeichnet sich bereits im starken Anstieg des B2C E-Commerce der vergangenen Jahre ab. Hier konnte DHL Express, vor allem während der Hochsaisons, beispielsweise zu Ostern und Weihnachten sowie an solchen Mega-Shopping-Tagen wie „Black Friday“ oder „Cyber Monday“, enorme Wachstumsraten verzeichnen. Insgesamt stiegen dadurch im vergangenen Jahr die E-Commerce Sendungsvolumen im B2C-Geschäft innerhalb des weltweiten DHL Express Netzwerks um 40 Prozent.

Diese positive Geschäftsentwicklung spiegelt sich auch in den Finanzergebnissen des Unternehmens wider: Mit einem Umsatz von 19,1 Milliarden Euro (+11,9 Prozent) und einem operativen Ergebnis (EBIT) in Höhe von 2,7 Milliarden Euro (+34,9 Prozent) hat DHL Express das Geschäftsjahr 2020 mit dem besten Ergebnis seiner über 50-jährigen Unternehmensgeschichte abgeschlossen. Dank seines internationalen Netzwerks und der großen Bandbreite an Industriesektoren, die der Expresslogistiker von Deutsche Post DHL Group rund um den Globus versorgt, war man in der Lage, sich auf die in der Gesundheitskrise schnell wandelnden Handelsströme flexibel einzustellen. Mit einer Präsenz in mehr als 220 Ländern und Territorien unterstützt DHL Express Konsumenten und Unternehmen dabei über alle Grenzen hinweg immer miteinander in Verbindung zu bleiben – auch während der Covid-19 Pandemie.



„Selbst in Zeiten weltweiter Shutdowns hat sich die Globalisierung als widerstandsfähig erwiesen, gestützt durch eine grenzenlose Digitalisierung und die Stärke des Welthandels“, so John Pearson, CEO DHL Express. „Diese Trends haben dazu geführt, dass immer mehr Verbraucher im Internet shoppen. Die Pandemie hat diese Entwicklung in einem bislang nicht gekannten Ausmaß beschleunigt. Parallel dazu ist auch die Anzahl der Unternehmen, die ihre Produkte auf dem globalen Markt online verkaufen, stark gestiegen. Es ist die Kombination von E-Commerce und weltweiter Logistik, die in Zeiten von Covid-19 den Schlüssel darstellt, um lokalen Lockdowns zu begegnen, die Wirtschaft am Laufen zu halten und die Pandemie-Auswirkungen für viele unserer Unternehmenskunden abzumildern.“

Wachstumsschub im E-Commerce infolge der Corona-Pandemie

Nicht nur der B2C E-Commerce erlebte aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung und des veränderten Kaufverhaltens der Konsumenten einen Wachstumsschub. Schon zu Vorpandemiezeiten, in 2019, stiegen auch die weltweiten Umsätze von B2B E-Commerce-Websites und –Marktplätzen um 18,2 Prozent auf 12,2 Billionen US-Dollar¹ und übertrafen damit bereits die Marktgröße des Privatkunden-Sektors. Infolge der Corona-Pandemie und der damit einhergehenden Beschleunigung der Digitalisierung wird das weltweite B2B E-Commerce-Volumen bis 2027 sogar auf 20,9 Billionen US-Dollar geschätzt².

„Wir stehen der Pandemie seit über einem Jahr gegenüber“, sagt Michiel Greeven, Executive Vice President Global Sales bei DHL Express. „In diesem Jahr haben wir erlebt, wie sich die digitale Transformation extrem beschleunigt hat – Entwicklungen, die sich bisher über ein Jahrzehnt hinzogen, haben sich nun innerhalb weniger Monate vollzogen. Online-Shopping und grenzüberschreitender Versand sind eine neue Normalität. Und das trifft nicht nur auf B2C-Händler, sondern auch für den B2B-E-Commerce zu, denn die Unternehmen haben erkannt, dass Online-Verkaufsplattformen entscheidend für ihren Geschäftserfolg sind – heute und in der Zukunft. Dies geht einher mit einer gesteigerten Nachfrage nach globalen Express-Sendungen. DHL Express ist sehr gut aufgestellt, um alle B2B-Unternehmen auf diesem Weg zu unterstützen.“

Enormes Potenzial im B2B E-Commerce auch durch Millennials getrieben

Das von DHL Express veröffentlichte Whitepaper identifiziert Faktoren, die sich beschleunigend auf das Wachstum des globalen B2B E-Commerce Marktes auswirken. Neben allgemeinen Trends wie Globalisierung und Digitalisierung sind die Prognosen maßgeblich auch auf die technikaffine Generation der Millennials zurückzuführen. Bereits heute gehen 73 Prozent aller professionellen B2B-

¹ [Statista](#)

² [Researchandmarkets](#)



Kaufentscheidungen auf das Konto dieser Altersgruppe. Die Erfahrungen der mit der Digitalisierung aufgewachsenen, heutigen Manager im B2C-Bereich führen zu einer ähnlich hohen Erwartung an B2B-Transaktionen. Dies führt bei Unternehmen dazu, in digitale Lösungen wie Verkaufsplattformen zu investieren, was gleichzeitig ein enormes Wachstumspotenzial bietet.

„Wenn Unternehmen im Geschäft mit anderen Unternehmen vom grenzüberschreitenden Handel und den neuen E-Commerce-Möglichkeiten profitieren wollen, müssen sie sich auf dieses veränderte Kaufverhalten einstellen. Vor allem die Generation der Millennials als künftige B2B-Entscheider wird die Digitalisierung der Branche weiter vorantreiben. Auch in diesem Sektor müssen sich Kundenerlebnisse stärker an den Vorteilen digitaler B2C-Erfahrungen ausrichten. Als internationaler E-Commerce-Spezialist verfügt DHL über das Wissen und die Fähigkeiten, um Unternehmen dabei zu unterstützen, diesen Wandel zu vollziehen und ihr volles Potenzial auszuschöpfen“, so Leendert van Delft, Vice President Global Sales Programs and Global E-Commerce.

DHL Express investiert, um hohen Kundenerwartungen auch in Zukunft gerecht zu werden

Im Geschäftsjahr 2020 hat DHL Express für seine Kunden (B2C und B2B) weltweit insgesamt 484 Millionen Sendungen und damit im Schnitt jeden Tag 9 Prozent mehr als im Vorjahresvergleich transportiert. Damit DHL Express mit dem signifikanten Wachstum Schritt halten kann, investiert der Unternehmensbereich nach wie vor jährlich über 1 Milliarde Euro in sein Netzwerk und neue, hochmoderne Standorte auf der ganzen Welt um Sortierkapazitäten zu vervielfachen (+65 Prozent seit 2013), stellt neue Mitarbeiter ein (+10.000 im Vorjahresvergleich) und erweitert seine Flugzeugflotte um neue Maschinen (+20 Frachtflugzeuge im Vorjahresvergleich). Unlängst kündigte das Unternehmen den weiteren Kauf von acht Großraum-Frachtflugzeugen des Typs Boeing B777 sowie die Kooperation mit Smartlynx Malta zur Erweiterung seiner Flotte um zwei Frachtmaschinen des Typs Airbus A321 an. Mit diesen Maßnahmen stellt DHL Express sicher, dass seine weltweiten Kunden vom globalen E-Commerce Boom profitieren können. Um die Flexibilität weiter zu erhöhen, arbeitet das Unternehmen zudem mit der deutschen Passagierfluggesellschaft Condor zusammen, um möglichst agil auf Nachfragespitzen reagieren zu können.

Die vollständige Studie (in englischer Sprache) steht Ihnen unter folgendem Link zur Verfügung: [E-Commerce Whitepaper](#)

– Ende –

Media Contact:

Deutsche Post DHL Group
Media Relations



Tim Rehkopf

Phone: +49 228 182-9944

E-mail: pressestelle@dpdhl.com

DHL – The logistics company for the world

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Mit unseren DHL-Divisionen bieten wir ein einzigartiges Logistikportfolio – von der nationalen und internationalen Paketzustellung über Transport- und Fulfillment-Lösungen im E-Commerce, den internationalen Expressversand sowie Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 400.000 Mitarbeiter*innen in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen nachhaltigen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern und spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Engineering, Manufacturing & Energy“, „Auto-Mobility“, und „Retail“ ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2020 einen Umsatz von mehr als 66 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.