Expressversand und Zusatzdienstleistungen versprechen Boutique-Erlebnis – neue DHL-Studie zur Logistik von Luxusgütern veröffentlicht

- Whitepaper beleuchtet Markttrends, Verbraucherverhalten und Technologien und benennt die logistischen Herausforderungen für Luxusmarken
- Fünf Bereiche als wichtigste logistische Handlungsfelder für Luxusmarken identifiziert: Transparenz in der Lieferkette, Sicherheit, Premiumversand, Fulfillment-Center und Nachhaltigkeit
- Expresszustellung bietet Kunden den Service, den sie bei Premiumprodukten erwarten

Bonn, 17. Juli 2024 – Der weltweite Luxusmarkt ist in den letzten Jahren stark gewachsen, beflügelt durch ein verändertes Verbraucherverhalten, neue Markttrends und technologische Fortschritte. Dieses Wachstum stellt besondere Anforderungen an die Lieferkette. Mit Blick auf die wichtige Rolle der Logistik in diesem hochpreisigen Umfeld präsentiert DHL heute sein neuestes Whitepaper: „The Logistics of Luxury: Unveiling Luxury Supply Chain Opportunities for Success". Der umfassende Report soll Marken dabei helfen, ihre Lieferketten für das sich rasch entwickelnde Luxussegment zu verbessern.

„Das konstante Wachstum des weltweiten Luxusmarktes unterstreicht die kritische Bedeutung der Luxusgüterlogistik", betont Katja Busch, Chief Commercial Officer und Head of DHL Customer Solutions & Innovation. „Der weltweite Markt für Luxusgüter erreichte im Jahr 2023 ein Umsatz von 355 Milliarden US-Dollar und wird bis 2028 voraussichtlich auf 418 Milliarden US-Dollar wachsen. Bei einer solchen Expansion beschränkt sich die Logistik für Luxusgüter nicht mehr nur auf den reinen Transport; vielmehr geht es darum, den Wert von Premium-Produkten auch durch eine zuverlässige Lieferkette und erweiterte logistische Dienstleistungen widerzuspiegeln."

Mit Fokus auf Luxusgüter wie Designermode, exklusive Uhren und Schmuck sowie hochwertige Kosmetik und Parfüms erkundet der neue Leitfaden aktuelle Trends und Herausforderungen, die das Luxussegment prägen, und erklärt deren Auswirkungen auf die Strategien für Supply Chains und Logistik. Darüber hinaus geht das Whitepaper auf logistische Anforderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette von Luxusunternehmen ein, wobei der Schwerpunkt auf fünf Handlungsfeldern liegt:

1. Transparenz in der Lieferkette: Neue digitale Technologien wie IoT, RFID und Serialisierung ermöglichen den Einsatz von Control-Tower-Lösungen zur Verbesserung der Transparenz und

Sicherheit der Lieferketten, was zu einer besseren Kundenerfahrung, Profitabilität und Nachhaltigkeit führt.

2. Sicherheit: In der Luxusgüterlogistik stellen Sicherheitsrisiken wie Frachtdiebstähle durch externe und interne Akteure sowie E-Commerce-Betrug eine besondere Herausforderung dar und erfordern bessere Verpackungen, Kundeninformationen und eine optimierte Schadensabwicklung sowie gründliche Ermittlungen und fortschrittliche Technologien, um eine sichere und zuverlässige Zustellung zu gewährleisten.

3. Premium-Zustellung: Im Zuge des anhaltenden Wachstums des Onlinehandels müssen Luxusmarken in Premium-Zustelldienste investieren, um eine Onlineerfahrung zu bieten, die dem Boutique-Erlebnis in nichts nachsteht, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und die Markenidentität durch Merkmale wie flexible Lieferzeiten, umweltfreundliche Praktiken, personalisierte Verpackungen und einfache Retouren zu stärken.

4. Fulfillment-Center: Luxusmarken müssen traditionelle Fulfillment-Center in Omnichannel-Center umwandeln, um mit dem Geschäftswachstum Schritt zu halten, den sich wandelnden Kundenanforderungen gerecht zu werden und den gesetzlichen Vorgaben zu entsprechen. Das erfordert eine nahtlose Integration von Aktivitäten wie Re-Commerce, Kreislaufwirtschaftsprozessen und nachhaltigen Praktiken.

5. Nachhaltigkeit: Ökologisch verantwortungsvolles Handeln gewinnt für Konsumentinnen und Konsumenten von Luxusmarken an Bedeutung. Eine nachhaltige Logistik wird deshalb auch für das Image von Luxusmarken immer wichtiger. Durch die Verwendung von nachhaltigem Flugzeugtreibstoff (SAF) lässt sich der CO_2e-Fußabdruck für die Luftfracht verbessern.

Mirella Muller-Wüllenweber, Sector President eRetail & Fashion bei DHL Customer Solutions & Innovation, erläutert: „Die weltweiten Lieferketten zeichnen sich durch eine hohe Dynamik aus, insbesondere bei Luxuswaren aus wichtigen europäischen Märkten wie Italien, Frankreich und der Schweiz. Um diesen Veränderungen erfolgreich zu begegnen, müssen Marken den Reifegrad ihrer verschiedenen Märkte kennen und ihre Lieferketten und Logistikstrategie entsprechend anpassen."

The Logistics of Luxury: Unveiling Luxury Supply Chain Opportunities for Success www.dhl.com/us-en/campaign/the-logistics-of-luxury.html. Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter group.dhl.com/pressemitteilungen

Medienkontakt
DHL Group
Media Relations
Joanan Kruszewski
Tel.: +49 228 182-9944
E-Mail: pressestelle@dhl.com

Im Internet: group.dhl.com/presse
Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

Diese Kontaktdaten gelten ausschließlich für Medienanfragen.
Bei Fragen zu einzelnen Sendungen oder Dienstleistungen von Deutsche Post und DHL hilft der Kundenservice unter der Telefonnummer 0228 / 4 333 112.

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, dem internationalen Expressversand sowie Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 395.000 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 DHL Group. Die Gruppe erzielte 2023 einen Umsatz von mehr als 81,8 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.