



Social Media Shopping auf dem Vormarsch: DHL gibt Einblicke in neuste Trends im E-Commerce

- Smartphones werden zum wichtigsten Shopping-Kanal
- App-basierte Online-Marktplätze wie Shein und Temu werden immer beliebter
- 65 Prozent der weltweiten Online-Käufer möchten vor dem Kauf wissen, wer ihre Ware liefert

Bonn, 26. Juni 2024: DHL eCommerce hat die ersten Ergebnisse seines globalen Online Shopper Trends Reports 2024 veröffentlicht und liefert wertvolle Einblicke in das Verhalten von Online-Käufern weltweit. Basierend auf einer Umfrage unter 12.000 Konsumenten aus den 24 wichtigsten Märkten weltweit, beleuchtet das erste Kapitel Trends, die die heutige E-Commerce-Landschaft prägen. So wird beispielsweise Social Commerce, das Einkaufen über soziale Medien, immer beliebter, wobei Asien als Trendsetter gilt. 57 Prozent der Online-Shopper nutzen primär ihr Smartphone für den Einkauf. App-basierte Plattformen wie Shein und Temu werden aufgrund ihres umfangreichen Produktangebots und niedrigen Preisen weltweit immer beliebter. Darüber hinaus betonen 65% der globalen Käufer wie wichtig es ihnen ist, den Zustelldienstleister zu kennen.

„Mit unserem Online Shopper Trends Report decken wir alle wichtigen Märkte in Europa, Amerika, dem Nahen Osten, Afrika, Asien-Pazifik und China ab. Dadurch erhalten wir wertvolle Einblicke in das Verhalten von Online-Käufern weltweit. Ein fundiertes Verständnis neuer E-Commerce-Trends wie der zunehmenden Beliebtheit des Social Commerce oder der Bedeutung von Lieferoptionen für die Kaufentscheidung sind wichtig, um unsere Serviceangebote an die sich ändernden Bedürfnisse unserer Kunden anzupassen. Mit den aus dieser Studie gewonnenen Erkenntnissen ist DHL eCommerce gut gerüstet, um seine Dienstleistungen dynamisch weiterzuentwickeln und seinen weltweiten Kunden herausragende passgenaue Lösungen zu bieten“, erklärt Pablo Ciano, CEO von DHL eCommerce.

Die Macht von Social Media und Smartphones als Umsatztreiber im E-Commerce

Laut dem Bericht wird Social Commerce zu einem immer größeren Trend im E-Commerce. Nutzern kaufen Produkte direkt über Netzwerke wie Instagram und Facebook. Die Verkäufe über Social-Media-Plattformen sollen bis 2030 voraussichtlich 8,5 Billionen US-Dollar erreichen, verglichen mit geschätzten 700 Milliarden US-Dollar im Jahr 2024¹. Dies würde innerhalb von sechs Jahren eine etwa

¹ <https://www.statista.com/statistics/1251145/social-commerce-share-worldwide/>



zwölfwache Steigerung bedeuten. Asien liegt bei diesem Trend vorn, mit Ländern wie China, wo 53% und Thailand, wo 59% der Käufer über soziale Medien einkaufen. Damit einher geht auch eine Verschiebung der bevorzugten Geräte für den Online-Kauf. Die meisten Online-Shopper bevorzugen es, nach Produkten mit ihrem Smartphones suchen und dann auch direkt zu kaufen. 57% nutzen ihr Smartphone als Schaufenster und primären Shoppingkanal. Dies hat natürlich auch Auswirkungen auf die Präsentation von Produkten und die Struktur von Online-Shops.

Das globale Phänomen der App-basierten Marktplätze hat einen bemerkenswerten Popularitätsschub erfahren, wobei Shein und Temu den Weg weisen. Diese Plattformen haben den täglichen Reiz kreiert, Online-Shoppern eine enorme Auswahl an Produkten über benutzerfreundliche mobile Apps zu bieten. Shein ist bei Käufern in den Vereinigten Arabischen Emiraten, Marokko und Brasilien immens beliebt, während Temu bei Käufern in den USA und den Niederlanden erhebliche Aufmerksamkeit erregt hat. In Europa bleibt jedoch Zalando der bevorzugte Online-Marktplatz. Mit Ausnahme der Niederlande haben aufstrebende asiatische Marktplätze in Europa also noch keine führende Position etabliert.

Zustelldienste als wichtiger Erfolgsfaktor der Online-Marktplätze

Heutige Online-Shopper sind sich der Kosten sehr bewusst, insbesondere bei der Suche nach erschwinglichen, flexiblen und bequemen Zustelloptionen. Hohe Lieferkosten stellen eine bedeutende Hürde dar, wobei 41% der Käufer ihren Kauf aufgrund hoher Versandkosten sogar abbrechen. Darüber hinaus betonen 65% der globalen Käufer die Bedeutung, den Zustelldienstleister vor dem Kauf zu kennen. Dies unterstreicht die Bedeutung von Transparenz und Vertrauen im Zustellprozess, da Kunden den Logistikpartner kennen möchten, der für die Bearbeitung ihrer Bestellungen verantwortlich ist.

Über den DHL Online Shopper Trends Report

Der DHL Online Shopper Trends Report 2024 bietet Einblicke in die internationale E-Commerce-Branche, spezifische Märkte und Verbrauchervorlieben. DHL eCommerce hat die Studie in Auftrag gegeben, um das Online-Einkaufsverhalten der Verbraucher weltweit zu verstehen. Die Untersuchung fand in 24 Ländern (Österreich, Tschechien, Frankreich, Deutschland, Italien, Niederlande, Polen, Spanien, Schweden, Türkei, Großbritannien, Kanada, USA, Argentinien, Brasilien, Nigeria, Südafrika, Marokko, VAE, Australien, China, Indien, Malaysia, Thailand) statt und umfasste 12.000 Teilnehmer. In diesem Jahr hat DHL eCommerce eine Reihe von Kapiteln erstellt, beginnend mit den Trends, die die E-Commerce-Landschaft prägen. Der vollständige Bericht soll im Herbst 2024 veröffentlicht werden.



Das erste Kapitel des Online Shopper Trends Report 2024 gibt es hier: <https://www.dhl.com/e-commerce-report>

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter group.dhl.com/pressemitteilungen

Medienkontakt

DHL Group
Media Relations
David Stöppler

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.

