



Was treibt social, sustainable und cross-border Shopper an

- Das finale Kapitel des DHL Online Shopper Trends Report untersucht die Käufer-Personas hinter dem Warenkorb
- Umfassende Länderberichte zu Online-Einkaufsgewohnheiten und -präferenzen in den wichtigsten E-Commerce Märkten

Bonn, 22. Oktober 2024 – Pünktlich zur Peak Season hat DHL eCommerce das abschließende Kapitel seines globalen Online Shopper Trends Report veröffentlicht, das die Menschen und ihr Verhalten hinter dem Warenkorb untersucht. Die Befragung von 12.000 Online-Käufern aus den 24 relevantesten E-Commerce-Märkten hat hierbei drei unterschiedliche Personas hervorgebracht, die die Essenz der wichtigsten Trends im Social Commerce, in der Nachhaltigkeit und im grenzüberschreitenden Einkauf erfassen. Zusammen mit 19 separat veröffentlichten, ausführlichen Länderberichten bietet das letzte Kapitel Einzelhändlern und Onlineshops das nötige Rüstzeug, um im wettbewerbsintensiven E-Commerce die Nase vorn zu haben.

„In der sich stetig wandelnden E-Commerce-Landschaft zeigt sich deutlich, dass die Verbraucher zunehmend anspruchsvoller in Bezug auf ihre Einkaufserlebnisse werden. Unser neuester Bericht unterstreicht, dass Komfort, Transparenz und Nachhaltigkeit nicht mehr nur nette Extras sind, sondern wesentliche Bestandteile der Customer Journey darstellen. Händler, die auf diese sich ändernden Präferenzen eingehen, können ihre Konversionsrate erhöhen und Zufriedenheit sowie Loyalität ihrer Kunden steigern. Die Logistik spielt in diesem Ökosystem eine entscheidende Rolle, wobei 80% der Käufer sagen, dass der Anbieter ihre Kaufentscheidungen beeinflusst“, so Pablo Ciano, CEO von DHL eCommerce.

Das letzte Kapitel des Online Shopper Trends Report hebt drei einflussreiche Käufer-Personas in der E-Commerce-Landschaft hervor, abgeleitet von ihren jeweiligen Kaufverhalten. Diese Personas repräsentieren die gegenwärtigen Bedürfnisse und Präferenzen von Online-Käufern und bieten Onlinehändlern wertvolle Einblicke. Trotz ihrer Unterschiede sticht eine Gemeinsamkeit ins Auge – alle scheinen äußerst preissensibel.

Social Media Shopper

Social Media Shoppers sind eine dynamische Gruppe, hauptsächlich unter 45 Jahren, die den Komfort und das Erlebnis des Online-Shoppings über Plattformen wie Facebook, Instagram und TikTok schätzt. Mit 51% kaufen sie mindestens zwei- bis dreimal pro Woche online ein und erwerben häufig Kleidung,



Schönheitsprodukte und Haushaltsartikel, oft über Abonnements. Diese Käufergruppe legt Wert auf personalisierte Erlebnisse, exklusiven Produktzugang und erstklassigen Kundenservice, wobei 76% Nachhaltigkeit wichtig finden. Sie sind preisbewusst, wobei 8 von 10 Rabattcodes wünschen und 9 von 10 reduzierte Preise priorisieren. Lieferoptionen beeinflussen ihre Kaufentscheidungen erheblich, und 64 % haben ein Online-Shopping-Abonnement.

Sustainable Shopper

Sustainable Shopper sind umweltbewusste Konsumenten, meist unter 45 Jahren, die den Einfluss ihrer Einkaufsverhaltens auf den Planeten reflektieren. Vorwiegend aus Europa und dem asiatisch-pazifischen-Raum kaufen sie häufig Kleidung, Schönheitsprodukte und Haushaltsartikel online, wobei 31% mindestens zwei- bis dreimal pro Woche einkaufen. Sie verlangen hochwertige Produktbilder und eine große Auswahl an Produkten, um fundierte Entscheidungen zu treffen. Obwohl sie Bequemlichkeit schätzen, möchten 73% die CO2-Emissionen ihrer Lieferungen kennen, und 43% sind sogar bereit, längere Lieferzeiten zu akzeptieren, wenn dies die Nachhaltigkeit positiv beeinflusst. Sie sind preisbewusst, wobei 79% Rabattcodes wünschen, und erwarten, dass nachhaltige Optionen Standard sind und keine zusätzlichen Kosten verursachen.

Cross-Border Shopper

Cross-Border Shoppers sind abenteuerlustige und experimentierfreudige Konsumenten, hauptsächlich unter 45 Jahren, die bessere Preise, höhere Qualität und einzigartige Produkte bei internationalen Händlern suchen. Diese Gruppe, größtenteils in Europa und dem asiatisch-pazifischen-Raum ansässig, tätigt regelmäßig Einkäufe im Ausland, wobei 75% einmal im Monat und 17% sogar einmal pro Woche bei ausländischen Onlineshops kaufen. Sie bevorzugen Produktkategorien wie Kleidung, Elektronik und Kosmetika. Lieferoptionen und der Ruf des Logistikanbieters spielen eine bedeutende Rolle bei ihren Kaufentscheidungen, wobei 38% ihre Warenkörbe aufgeben, wenn die Lieferkosten zu hoch sind. Sie sind sehr preisbewusst, wobei 54% im Ausland einkaufen, um niedrigere Preise zu erzielen, und 46% die größere Produktauswahl lockt.

Der umfangreiche Online Shopper Trends Report 2024 besteht aus den fünf Kapiteln „E-Commerce Trends“, „Online Purchase Trends“, „Delivery and Returns“, „Cross Border“ und „Beyond the Basket“ sowie 19 dezidierten Länderberichten. Er liefert umfassende Anhaltspunkte, wie Online-Verkäufer sich an die sich ändernden Verbraucherpräferenzen in verschiedenen Märkten anpassen



können und zeigt eindrücklich wie entscheidend die Rolle eines zuverlässigen Logistikpartners geworden ist.

Alle Kapitel und die entsprechenden Länderberichte finden sich unter dhl.com/online-shopper-trends und dhl.com/country-reports. Das abschließende Kapitel „Beyond the Basket“ kann hier heruntergeladen werden: dhl.com/beyond-the-basket.

– Ende –

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

Medienkontakt

DHL Group
Media Relations
David Stoepler

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.