



Studie von DHL zu Unternehmensstrategien im E-Commerce: Verkauf über soziale Medien, KI-Einsatz und Nachhaltigkeit sind die Trends 2025

- 4.050 E-Commerce-Unternehmen in 19 Märkten weltweit wurden erstmals zu ihren Verkaufs- und Erfolgsstrategien auf den heutigen Online-Märkten befragt
- Einsatz von künstlicher Intelligenz im Einzelhandel nimmt stark zu: Fast die Hälfte der Unternehmen integriert KI in ihre Verkaufsprozesse; KI-Einsatz ist bei B2C-Händlern (53 %) und B2B-Händlern (61 %) hoch – vor allem bei Personalisierung, Inhaltserstellung und Kundenservice eingesetzt
- Social Commerce boomt: 87 % der Unternehmen sind in verschiedenen sozialen Medien präsent, vor allem auf TikTok und Instagram; 76 % erwarten, dass die Verkäufe dort in den nächsten fünf Jahren weiter wachsen werden
- Nachhaltigkeit wird unverzichtbar: 85 % der Unternehmen betonen Wichtigkeit nachhaltiger Prozesse; viele Einzelhändler reduzieren Plastik, bieten Wiederverkäufe an und steigen auf zirkuläre Modelle um

Bonn, 7. Oktober 2025: In der Berichtsserie über E-Commerce-Trends hat DHL seine erste „Business Edition“ veröffentlicht – eine Studie, an der 4.050 E-Commerce-Unternehmen aus Europa, Amerika und dem asiatisch-pazifischen Raum teilgenommen haben und zu ihren Strategien befragt wurden. Der Bericht bietet einen exklusiven Einblick, wie Unternehmen in der heutigen, sich schnell entwickelnden digitalen Landschaft verkaufen, skalieren und erfolgreich sind. Angetrieben wird ihr Wachstum von Omnichannel-Strategien, KI-gestützter Personalisierung, Ländergrenzen überschreitender Expansion sowie einem Fokus auf Nachhaltigkeit und Top-Logistik. Social Commerce, der Prozess des direkten Verkaufs von Produkten oder Dienstleistungen über die sozialen Medien, spielt dabei u.a. eine entscheidende Rolle.

„Der Bericht bietet einen eindrucksvollen Überblick darüber, wie sich E-Commerce entwickelt – von KI-gesteuerter Personalisierung und Social-Media-Strategien bis hin zum Aufstieg von B2B und globalem Handel. Es geht nicht nur um Trends, es geht um Transformation und den Herzschlag des lokalen und globalen E-Commerce“, sagte **Pablo Ciano, CEO von DHL eCommerce**. „Unternehmen wachsen schneller, verkaufen intelligenter und sehen Nachhaltigkeit wie nie zuvor als Priorität. Wir bei DHL sind stolz darauf, diese Trends zu unterstützen und Einzelhändlern zu helfen, in jedem Markt, den sie bedienen, schnell, vertrauensvoll und verantwortungsbewusst zu liefern.“



Mit dem kommenden Black Friday und dem globalen E-Commerce-Wachstum, das sich weiter beschleunigt, bietet der neue DHL-Bericht Einblicke, wie sich Unternehmen auf die Hauptsaison rund um die Weihnachtszeit und darüber hinaus vorbereiten. Ob B2B oder B2C, Unternehmen investieren in Geschwindigkeit, Vertrauen und Personalisierung, um in einem umkämpften, aktiven Markt erfolgreich zu sein. Der Business Edit-Bericht deckt 19 verschiedene Themenbereiche ab.

Einige zentrale Erkenntnisse:

- **Logistik ist der geheime Held beim Checkout** – 96 % der Einzelhändler sagen, dass ihr Logistikangebot entscheidend für den Verkauf ist, und 86 % geben an, dass kostenlose Lieferung und Rücksendungen den Umsatz steigern.

78 % der B2B-Händler erwarten ein Wachstum der Website-Verkäufe, und 61 % nutzen bereits KI auf ihren Plattformen. Die B2B-E-Commerce-Landschaft entwickelt sich schnell weiter, um die Geschwindigkeit, Personalisierung und Innovation des Verbrauchereinkaufs widerzuspiegeln.

- **Im Jahr 2025 bedeutet E-Commerce-Erfolg, überall zu verkaufen** – denn mit 63 % der Einzelhändler, die auf drei oder mehr Plattformen verkaufen, 68 % auf Amazon und 87 % aktiv in sozialen Medien, gilt: Wenn Online-Unternehmen nicht dort sind, wo ihre Kunden sind, sind sie nirgends.

- **Grenzüberschreitender Handel boomt:** 64 % der E-Commerce-Händler verkaufen international – bei großen Unternehmen steigt dieser Wert sogar auf 88 % und bei mittelständischen Unternehmen auf 85 %. Sie optimieren den grenzüberschreitenden Handel, indem sie sich für IOSS (Import-One-Stop-Shop) registrieren und Identifikationsnummern (EORI) sichern, während über die Hälfte DDP-Incoterms (Delivered Duty Paid) wählt, um die Lieferung und Zollabwicklung zu vereinfachen.

- **Generationswechsel:** Die Generation Z und Millennials dominieren die wöchentlichen Online-Käufe, während die Generation Alpha als neuer Einfluss mitbestimmt, was in Haushalten gekauft wird.

- **Abonnements verändern die Kundenbindung:** 52 % der Unternehmen bieten Produktabonnements an, und 14 % bieten Abonnements für Lieferung und Rücksendungen an.

- **Black Friday bleibt entscheidend:** 84 % der Einzelhändler werden 2025 an dem Aktionstag teilnehmen, wobei 60 % von einem Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr ausgehen. Allerdings



zeigen Kleinstunternehmen und Einzelunternehmer bescheidenere Ergebnisse, da nur 48 % von einem Umsatzwachstum berichten.

• **Abholorte für die Lieferung sind für große Unternehmen unerlässlich** und für kleinere Akteure praktisch – 96 % der großen und mittelständischen E-Commerce-Händler geben an, dass bspw. Packstationen und Partnerfilialen entscheidend für den Umsatz und Wiederholungskäufe sind. 53 % der Einzelunternehmer geben an, darauf angewiesen zu sein, um Pakete zu versenden.

Alle wichtigen Erkenntnisse und den gesamten Report finden Sie unter: www.dhl.com/reports

*Infografiken, Diagramme oder regionale Aufschlüsselungen sind auf Anfrage für die Mediennutzung verfügbar.

- Ende -

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

Medienkontakt

DHL Group

Media Relations

Jessica Balleer

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 400.000 Beschäftigten 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 2024 einen Umsatz von rund 84,2 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.