



DHL Group und JD.com unterzeichnen Absichtserklärung für Wachstum deutscher Marken in China und Europa

Peking/Bonn, 26. Februar 2026: Die DHL Group, der weltweit größte Logistikanbieter, und JD.com, Inc., Chinas größter Einzelhändler nach Umsatz, haben heute die Unterzeichnung eines Memorandum of Understanding bekannt gegeben, um das Wachstum deutscher Marken in China zu unterstützen und ihre Präsenz auf den europäischen Märkten über JD.coms europäische Einzelhandelsplattform Joybuy zu stärken. Das MoU wurde am Hauptsitz von JD.com in Peking unterzeichnet.

DHL und JD.com haben vereinbart, bei innovativen Logistik- und E-Commerce-Initiativen zusammenzuarbeiten, um nahtlose, integrierte Lösungen zu schaffen, die Marken, Händler und Verbraucher auf beiden Kontinenten besser miteinander verbinden. Dank der umfangreichen globalen Logistikinfrastuktur von DHL und des E-Commerce-Ökosystems von JD.com schafft die Partnerschaft neue Möglichkeiten für deutsche Marken, international zu expandieren. Damit baut DHL seine führende Rolle als Logistikpartner für Marken in Europa weiter aus, während JD.com seine Position als zentrale, vertrauenswürdige E-Commerce-Plattform für globale Marken festigt.

Markteintrittsbarrieren für deutsche Marken in China senken

Im Rahmen des MoU, das speziell deutsche Marken stärken soll, bringt DHL diese direkt mit JD.com zusammen und unterstützt sie dabei, im chinesischen Markt Fuß zu fassen. Über JD.coms grenzüberschreitendes E-Commerce-Geschäft JINGDONG Cross-border können deutsche Marken ihre Produkte direkt mehr als 700 Millionen chinesischen Verbraucherinnen und Verbrauchern anbieten – ganz ohne eigene Niederlassung oder rechtliche Präsenz in China.

Durch die Kombination der Stärken von DHL und JD.com erhalten deutsche Marken Zugang zu einer nahtlosen One-Stop-Lösung für den Markteintritt in China. DHL und JINGDONG Logistics, der Logistikarm von JD.com, werden gemeinsam End-to-End-Logistiklösungen entwickeln und bereitstellen, um das gesamte Fulfillment-Erlebnis von Europa nach China zu verbessern. Die Lösung ermöglicht es Händlern, von einem begünstigten Zoll- und Mehrwertsteuersystem für direkte B2C-Sendungen zu profitieren, wodurch diese Kosten im Vergleich zur herkömmlichen Einfuhr erheblich gesenkt werden.

Darüber hinaus bietet JD.com ein umfassendes Spektrum an E-Commerce-Funktionen, darunter Betrieb, Produktauswahl, Verbraucheranalysen, Marketingtools und mehr. In Kombination mit der

Seite 1 von 3



jahrzehntelangen Erfahrung von DHL im internationalen Versand und in der Erleichterung des globalen Handels entsteht ein einzigartig leistungsfähiges Ökosystem für Marken, die nach China expandieren.

Tobias Meyer, CEO der DHL Group, sagt: „Diese Partnerschaft eröffnet DHL-Kunden in Deutschland und Europa einen deutlich einfacheren Zugang zum chinesischen Markt. Wir verbinden dabei vier starke Elemente: die globale Reichweite von DHL, die enorme Nutzerbasis der JD.com-Plattform, ein bevorzugtes Importsystem für B2C-Sendungen und die leistungsfähigen Fulfillment- und Zustellstrukturen von JD.com in China. Durch die Kombination unserer Logistikexpertise mit den etablierten E-Commerce-Fähigkeiten von JD.com schaffen wir für deutsche Marken einen echten Mehrwert – mit skalierbaren Lösungen und innovativen Tools, die Händler dabei unterstützen, Verbraucher bestmöglich zu erreichen.“

Sandy Xu, CEO von JD.com, sagt: „Viele deutsche Unternehmen verfügen über starke Produkte und überzeugende Markenstories. Nachhaltiges Wachstum in China erfordert die richtigen Kanäle und operative Infrastruktur, um chinesische Verbraucher in großem Umfang direkt zu erreichen. Durch dieses MoU mit DHL wollen wir Logistikkapazitäten, digitale Infrastruktur und Marktzugang kombinieren, um Marken dabei zu helfen, die chinesische Verbrauchernachfrage besser zu verstehen, ihre Produktpositionierung zu optimieren und die Go-to-Market-Effizienz zu verbessern, sodass sie sich auf langfristiges Wachstum und Markenaufbau konzentrieren können.“

Im Rahmen dieser gemeinsamen Initiative wird JD.com deutsche Marken auch dabei unterstützen, über Joybuy, das neue Online-Einzelhandelsgeschäft des Unternehmens in Europa, eine breitere Basis europäischer Verbraucher zu erreichen. Durch seine umfangreiche E-Commerce-Erfahrung bietet Joybuy deutschen Unternehmen einen neuen Vertriebskanal und eine erweiterte Einzelhandelsinfrastruktur, die es ihnen ermöglicht, mehr europäische Verbraucher anzusprechen. Damit baut DHL seine führende Rolle im europäischen E-Commerce weiter aus und begleitet deutsche Marken dabei, neue Märkte zu erschließen.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter group.dhl.com/pressemitteilungen
(wenn nicht zutreffend, bitte löschen!)



Medienkontakt

DHL Group
Media Relations
Dirk Heinrichs

Tel.: +49 228 182-9944
E-Mail: pressestelle@dhl.com

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

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.