DHL E-Commerce Trends Report 2025 – Die 15 wichtigsten Erkenntnisse

1. **Liefer- und Rücksendeoptionen sind am wichtigsten:** Eine zu langsame Lieferung ist der Hauptgrund, warum Käufer ihre Warenkörbe verlassen, und 81% der Verbraucher weltweit brechen ihren Einkauf ab, wenn ihre bevorzugte Lieferoption nicht verfügbar ist. Ähnlich verhält sich dies bei den Rückgabeoptionen, hier brechen 79 % ihren Kauf ab, wenn ihre bevorzugte Rückgabeoption nicht angeboten wird. Vertrauen in den Paketdienst ist ebenfalls entscheidend – 3 von 4 Käufern kaufen nicht bei einem Onlinehändler ein, wenn sie dem Logistikdienstleister nicht vertrauen.
2. **Out-of-Home-Lieferungen und -Rücksendungen nehmen zu:** Out-of-Home-Zustellungen haben weltweit um 25% zugenommen, wobei 35% der Europäer und 25% der globalen Käufer diesen bequemen Service in Anspruch nehmen. Für Rücksendungen fallen die Zahlen deutlich höher aus. Hier bevorzugen 79% der Europäer und 66% der globalen Käufer die Rückgabe von Artikeln über Paketstationen oder Paketshops.
3. **KI-Einkaufsfunktionen sind ein Muss:** 7 von 10 Käufern weltweit wünschen sich intelligentere, personalisierte Einkaufserlebnisse. Diese Nachfrage stellt eine einmalige Gelegenheit für Einzelhändler dar, KI-Technologie zu nutzen, um die Kundenbindung zu verbessern.
4. **TikTok rückt in den Mittelpunkt:** Beeindruckende 86% der Onlineshopper in Thailand und 48% der Gen Z Shopper weltweit kaufen direkt über TikTok ein. 22% der Käufer weltweit erwarten, dass sie bis 2030 noch mehr über diese Plattform einkaufen werden, was eine deutliche Veränderung der Einkaufsgewohnheiten bedeutet.
5. **Social Media Shopping auf dem Vormarsch:** 7 von 10 Käufern weltweit haben bereits über soziale Medien eingekauft, und ebenso viele erwarten, dass dies bis 2030 primär tun werden. Darüber hinaus treiben virale Trends die Käufe: 82% der Käufer geben an, dass Produkte, die auf Social Media trenden oder viral gehen, ihre Kaufentscheidungen beeinflussen.
6. **Dominanz des mobilen Einkaufs:** Ganze 83% der Millennials kaufen am liebsten über mobile Apps ein, und 63 % nutzen soziale Medien, um sich über neue Produkte zu informieren. Dieser Trend unterstreicht die entscheidende Rolle von mobilen und sozialen Plattformen bei der Gestaltung der Zukunft des Onlinehandels.
7. **Voice Commerce nimmt zu:** Gegenwärtig tätigen 37% der Käufer weltweit sprachgesteuerte Onlinekäufe, und unter den Social-Media-Käufern sind es sogar 48%. Dieser Trend zeigt eine Verlagerung hin zu freihändigen Einkaufserlebnissen.
8. **Die Dominanz von Smartphones:** 91% der Onlinekäufer geben an, dass Smartphones ihr bevorzugtes Endgerät für Onlinekäufe sind. Um an der Spitze zu bleiben, müssen Onlineshops dieser „Mobile-First"-Mentalität Rechnung tragen und jede Smartphoneinteraktion zu einem nahtlosen Erlebnis machen.
9. **Nachhaltigkeit ist nicht verhandelbar:** 72 % der Käufer weltweit legen bei ihren Onlinekäufen Wert auf Nachhaltigkeit. 57% wollen die Umweltauswirkungen ihrer Lieferung verstehen und jeder Dritte bricht

DHL Group
Charles-de-Gaulle-Str. 20
53113 Bonn
Deutschland

Telefon +49 228 182-9944

E-Mail pressestelle@dhl.com
X (Twitter) twitter.com/DeutschePostDHL
Website dhl.com

seinen Einkauf aufgrund von Nachhaltigkeitsbedenken ab - in der Generation Z sind es sogar 49%, bei den Babyboomern nur 20 %.

10. **Kreislaufwirtschaft:** 52% der Käufer entscheiden sich aus Gründen der Nachhaltigkeit und Kostenersparnis für gebrauchte oder generalüberholte Produkte, und 58% der Käufer weltweit sind bereit, sich an Recycling- und Rückkaufprogrammen von Onlinehändlern zu beteiligen.
11. **Wenn es um Nachhaltigkeit und Digitalisierung geht, sind die Onlinekäufer in den Schwellenländern führend:** Ein höherer Anteil nutzt soziale Medien zum Einkaufen, legt größeren Wert auf nachhaltige Praktiken und bricht den Einkauf zunehmend aus Gründen der Nachhaltigkeit ab.
    - Abbruchrate aufgrund von Nachhaltigkeitsbedenken: Niederlande 20% vs. Indien 59%
    - Kaufrate über soziale Medien: Frankreich 49% vs. China 96%
12. **Skepsis gegenüber Black Friday und Cyber Monday:** Während 75% der Käufer weltweit an diesen Shopping-Events teilnehmen, haben 16% Zweifel an den angebotenen Schnäppchen. Babyboomer haben am wenigsten Vertrauen in das Angebot.
13. **Revolution der „Buy Now, Pay Later"-Option:** Die Hälfte der Käufer weltweit nutzt die Option „sofort kaufen, später bezahlen", wobei 40% angeben, dass sie dadurch zu höheren Ausgaben angeregt werden. Diese Zahlungsflexibilität verändert die Onlineshopping-Landschaft.
14. **Die Macht der Kundenbewertungen:** 9 von 10 Käufern geben an, dass Kundenrezensionen ihre Kaufentscheidungen maßgeblich beeinflussen. Generation Z und Millennials sind besonders von Bewertungen mit Fotos und Videos angetan, was die Bedeutung von Authentizität im Marketing unterstreicht.
15. **Abo-Modelle auf dem Vormarsch:** Jeder dritte Käufer weltweit hat ein Abonnement abgeschlossen, um wiederkehrende Einkäufe zu tätigen, insbesondere bei Kleidung, Elektronik und Schönheitsprodukten. Dieser Trend unterstreicht die wachsende Nachfrage nach Komfort und Zuverlässigkeit im E-Commerce.

Mit Ausblick auf das Jahr 2030 liefern diese Erkenntnisse einen klaren Fahrplan für Onlinehändler, wenn sie sich die Aufmerksamkeit und Treue von unterschiedlichen Käufergruppen sichern wollen. Durch den Einsatz von Technologien, die Priorisierung von Nachhaltigkeit und das Verständnis für die sich verändernden Vorlieben der Verbraucher können Unternehmen Herausforderungen in Chancen verwandeln. Weitere Einblicke und Informationen sowie der vollständige Bericht sind unter folgenden Links abrufbar: dhl.com/e-commerce-report oder dhl.com/reports

Über den DHL E-Commerce Trends Report 2025

Für den E-Commerce Trends Report 2025 wurden 24.000 Verbraucher aus Europa, Nord- und Südamerika, Asien Pazifik, Afrika und dem Nahen Osten befragt. Der Bericht liefert praktische Erkenntnisse und Tipps für

Onlinehändler, die den sich verändernden Erwartungen gerecht werden, das Einkaufserlebnis personalisieren und durch intelligentere Logistik sowie Innovationen weiterwachsen wollen.

– Ende –

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 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.