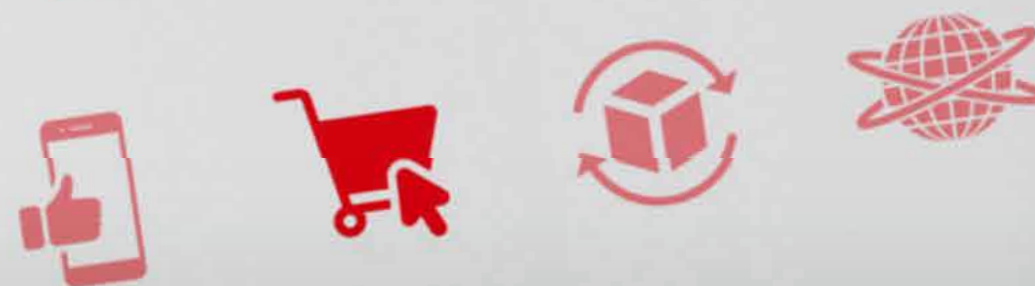


ONLINE-SHOPPER- TRENDS 2024



Report zum Kaufverhalten

Warum kaufen und abonnieren Shopper online?

Was (und warum) die Welt online kauft

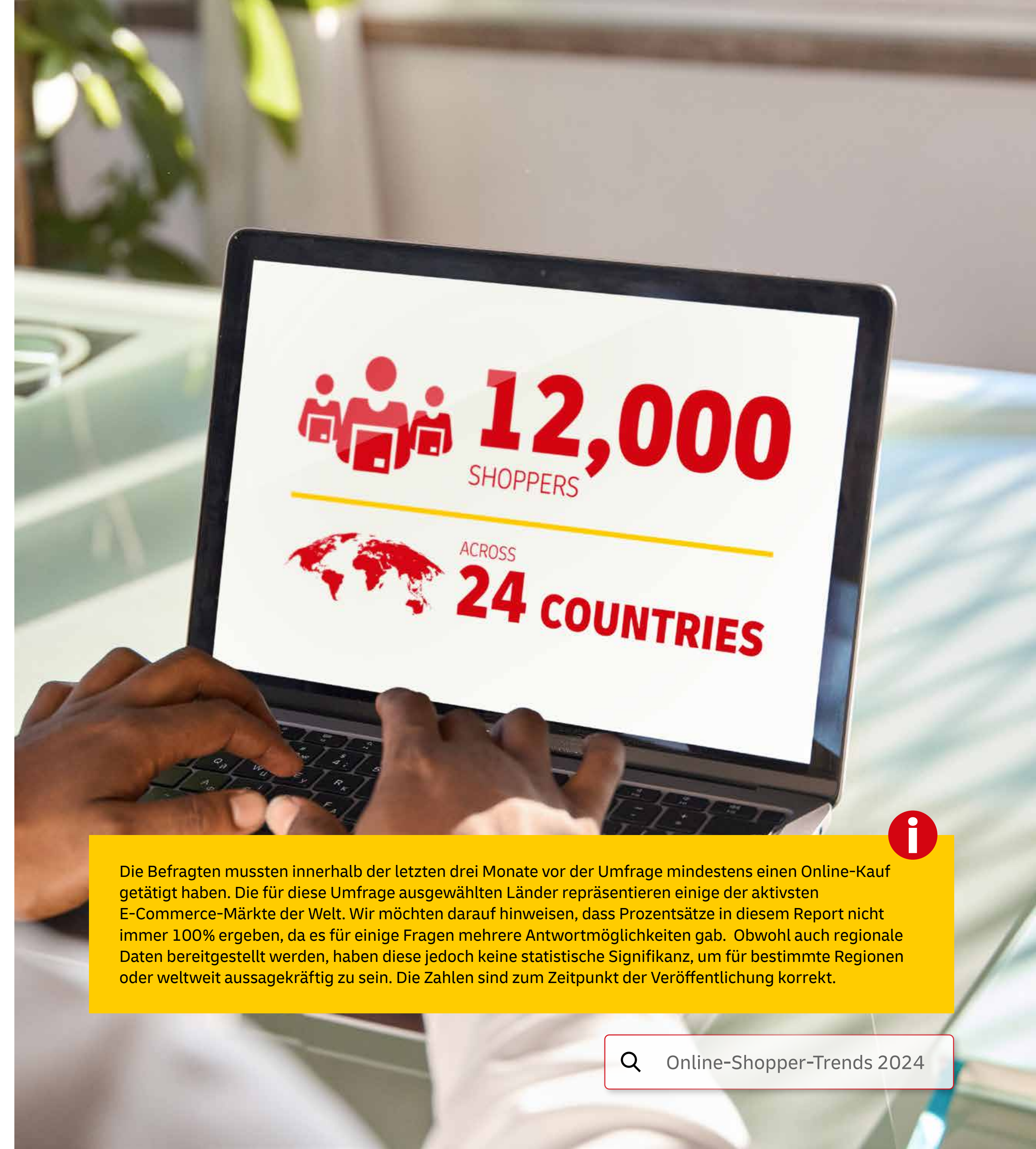
Damit Ihr Unternehmen versteht, was Käufer:innen 2024 vom Online-Handel erwarten, haben wir 12.000 Shopper in 24 Ländern befragt.

 Österreich	 Polen	 USA	 VAE
 Tschechische Republik	 Spanien	 Argentinien	 Australien
 Frankreich	 Schweden	 Brasilien	 China
 Deutschland	 Türkei	 Nigeria	 Indien
 Italien	 GB	 Südafrika	 Malaysia
 Niederlande	 Kanada	 Marokko	 Thailand

Mit einer Reihe von Trendreports erklären wir Ihnen, wie Shopper surfen und online einkaufen. Damit liefern wir wertvolle Erkenntnisse, die Ihnen helfen, das Einkaufserlebnis Ihrer Kundschaft zu verbessern.

In diesem Report gehen wir der Frage nach, wie häufig Kund:innen online shoppen und welche Produkte sie dabei am häufigsten kaufen (einschließlich der Abonnements, die sie abschließen). Dabei ist das Angebot verschiedener Liefermöglichkeiten für die Sicherung des Umsatzes von entscheidender Bedeutung. Wir erläutern auch die Unterschiede zwischen den verschiedenen Online-Shoppern und die Bedeutung der Nachhaltigkeit in einer immer umweltbewussteren Welt.

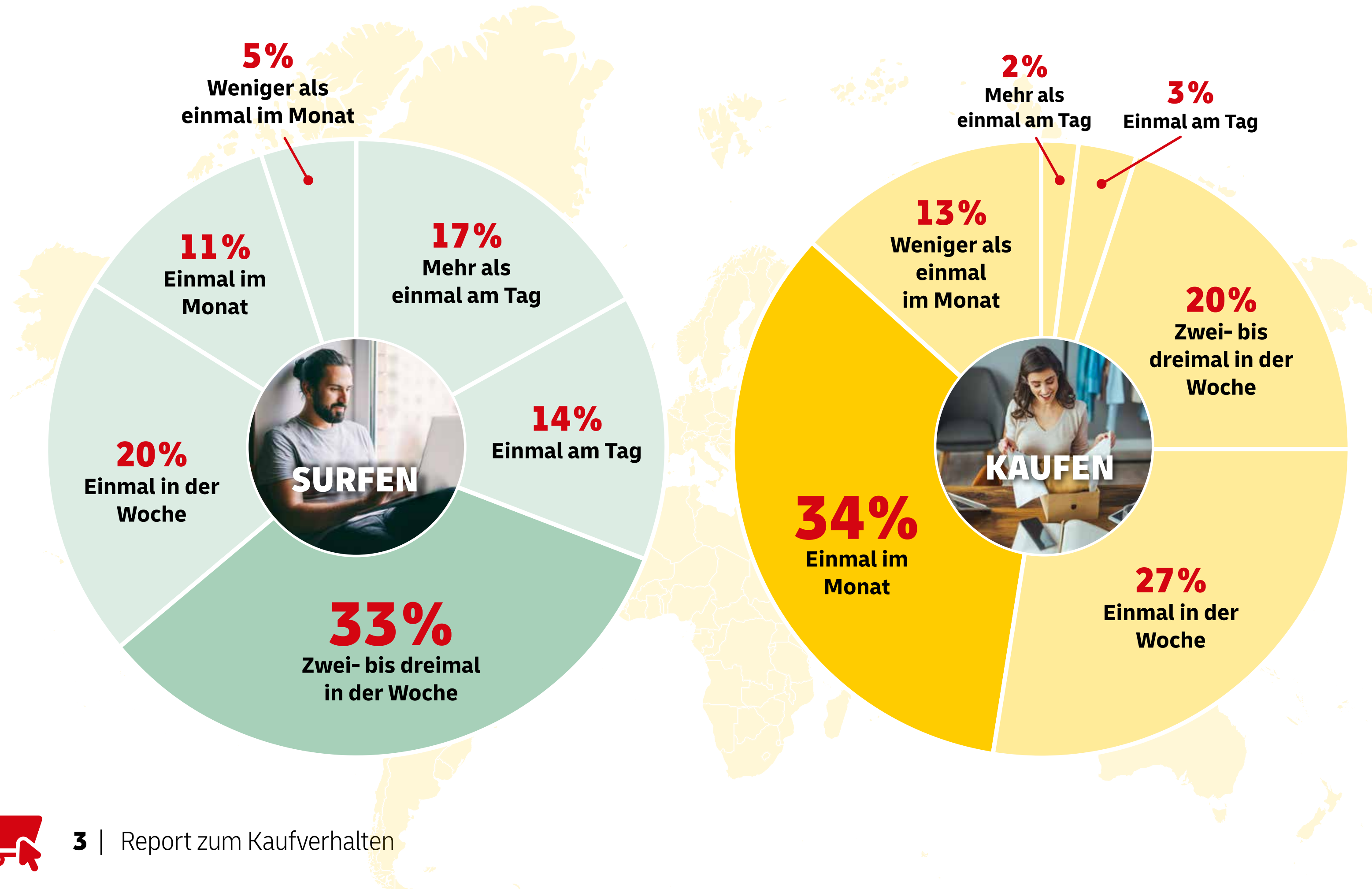
Verkauft Ihr Unternehmen über soziale Medien oder länderübergreifend? Erfahren Sie, was diese Shopper am meisten beeinflusst und wie sich das auf ihre Kaufentscheidungen auswirkt.



Die Befragten mussten innerhalb der letzten drei Monate vor der Umfrage mindestens einen Online-Kauf getätigt haben. Die für diese Umfrage ausgewählten Länder repräsentieren einige der aktivsten E-Commerce-Märkte der Welt. Wir möchten darauf hinweisen, dass Prozentsätze in diesem Report nicht immer 100% ergeben, da es für einige Fragen mehrere Antwortmöglichkeiten gab. Obwohl auch regionale Daten bereitgestellt werden, haben diese jedoch keine statistische Signifikanz, um für bestimmte Regionen oder weltweit aussagekräftig zu sein. Die Zahlen sind zum Zeitpunkt der Veröffentlichung korrekt.

Wie oft surfen und kaufen Shopper online?

Wenn Sie wissen, wo in der Welt die Shopper am aktivsten sind, können Sie Wachstumschancen für Ihr Unternehmen ermitteln. Finden wir also heraus, wie häufig Shopper wirklich im Internet surfen und etwas kaufen...



84% der Shopper weltweit geben an, mindestens einmal pro Woche im Internet zu surfen.

In Europa surfen Online-Shopper etwas weniger häufig als in anderen Regionen. Allerdings geben immer noch 23% an, mindestens einmal täglich zu surfen, und 32% geben an, dies zwei- bis dreimal pro Woche zu tun.

In Marokko (32%), Brasilien (31%) und China (31%) wird am häufigsten mehr als einmal pro Tag gesurft.

52% der Shopper weltweit geben an, mindestens einmal pro Woche etwas online zu kaufen.

In Europa geben 27% der Shopper an, einmal pro Woche etwas im Internet zu kaufen. In der Tschechischen Republik (37%), Polen (35%) und dem Vereinigten Königreich (32%) ist dieser Anteil höher.

48% **8%**

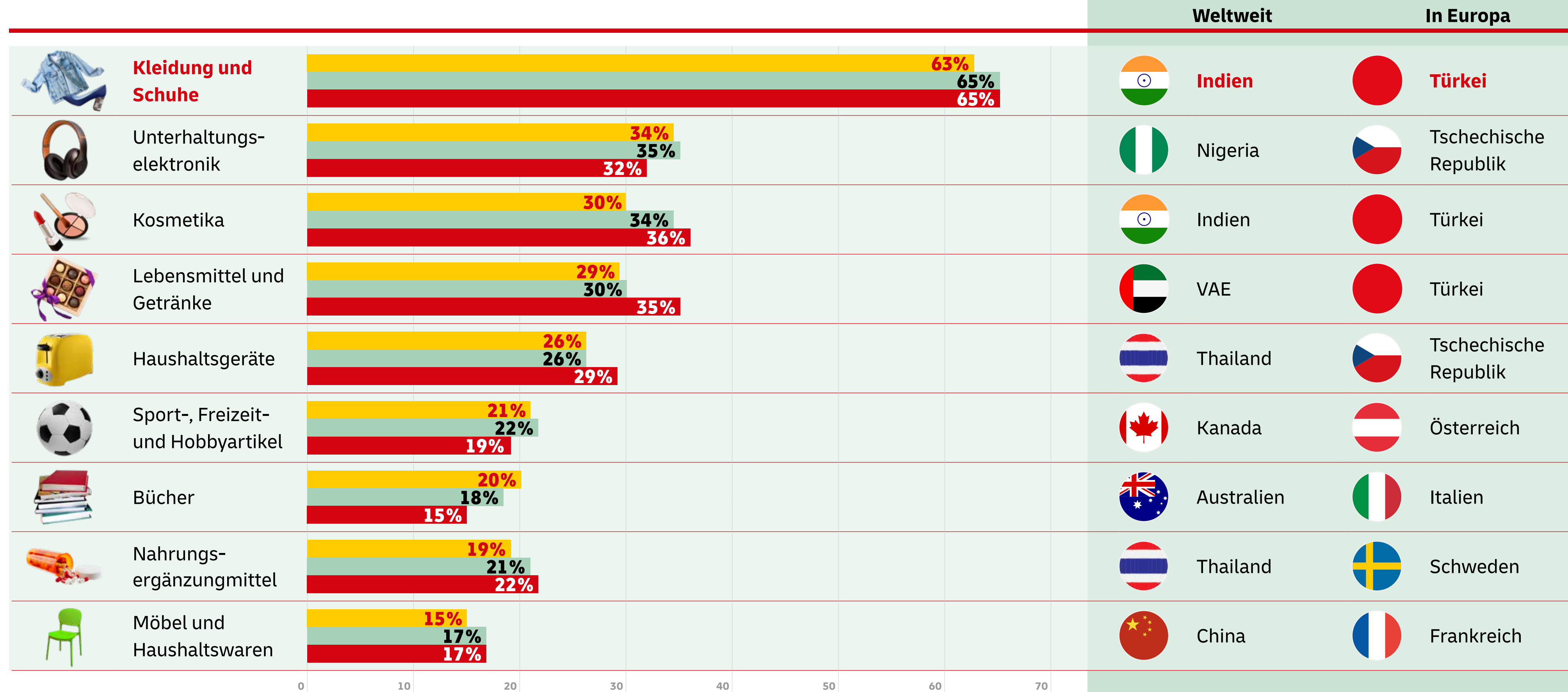
der Shopper in den sozialen Medien geben an, mindestens einmal täglich Shopping-Websites im Internet zu besuchen.

der Online-Shopper unter 45 Jahren kaufen mindestens einmal am Tag im Internet, gegenüber 3% der über 45-Jährigen.



Was kaufen Online-Shopper?

IN WELCHEN LÄNDERN KAUFEN ONLINE-SHOPPER DIESE PRODUKTE AM HÄUFIGSTEN?



Wenn Sie wissen, welche Produkte die einzelnen Shopper kaufen, können Sie sich neue Kundschaft erschließen. Verkaufen Sie Produkte, die bei Shoppers besonders beliebt sind, die über die sozialen Medien kaufen? Bieten Sie Ihre Produkte daher auf beliebten Social-Media-Kanälen an, um diese Shopper zu erreichen. Oder können Sie die Vorteile eines länderübergreifenden Marktes nutzen? Erwägen Sie in dem Fall die Expansion in Länder, in denen die Kundschaft die von Ihnen verkauften Produkte am aktivsten kauft.

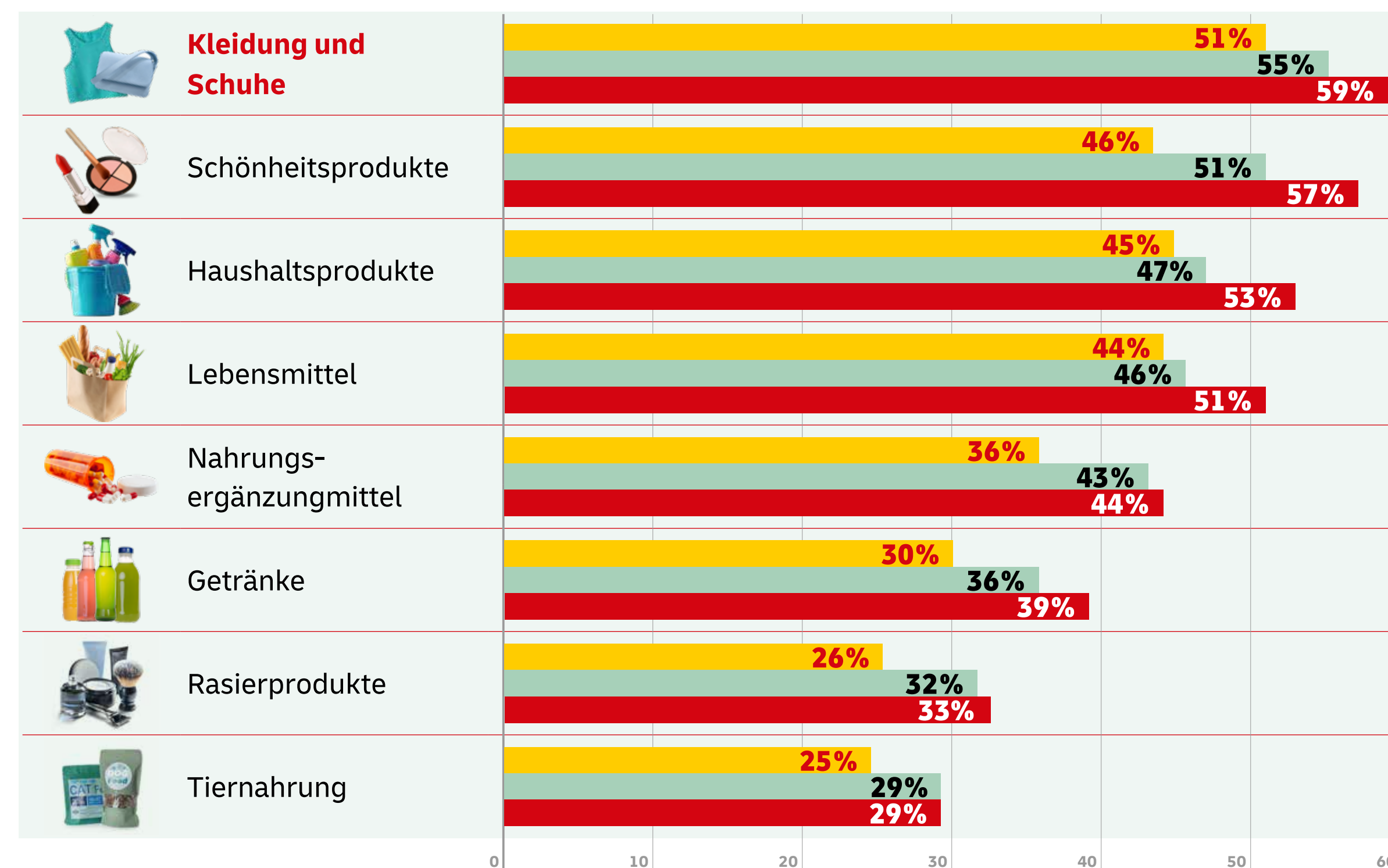
■ Weltweit
 ■ Länderübergreifende Shopper
 ■ Shopper in den sozialen Medien



Bei dieser Frage konnten die Befragten zwischen mehreren Antwortmöglichkeiten wählen. Die Tabelle zeigt den Gesamtprozentsatz im Vergleich zu den aufgeschlüsselten Daten von Shoppers, die länderübergreifend oder über soziale Medien gekauft haben.

Der Anstieg bei Online-Shopping-Abonnements

Was kaufen Online-Shopper mit einem regelmäßigen Shopping-Abonnement?



■ Weltweit
 ■ Länderübergreifende Shopper
 ■ Shopper in den sozialen Medien

IN WELCHEN LÄNDERN SIND DIESE PRODUKTABONNEMENTS AM BELIEBTESTEN?

Weltweit		In Europa	
	Südafrika		Türkei
	Südafrika		Türkei
	China		Türkei
	China		Türkei
	Südafrika		Niederlande
	Australien		GB
	Australien		GB
	USA		Polen



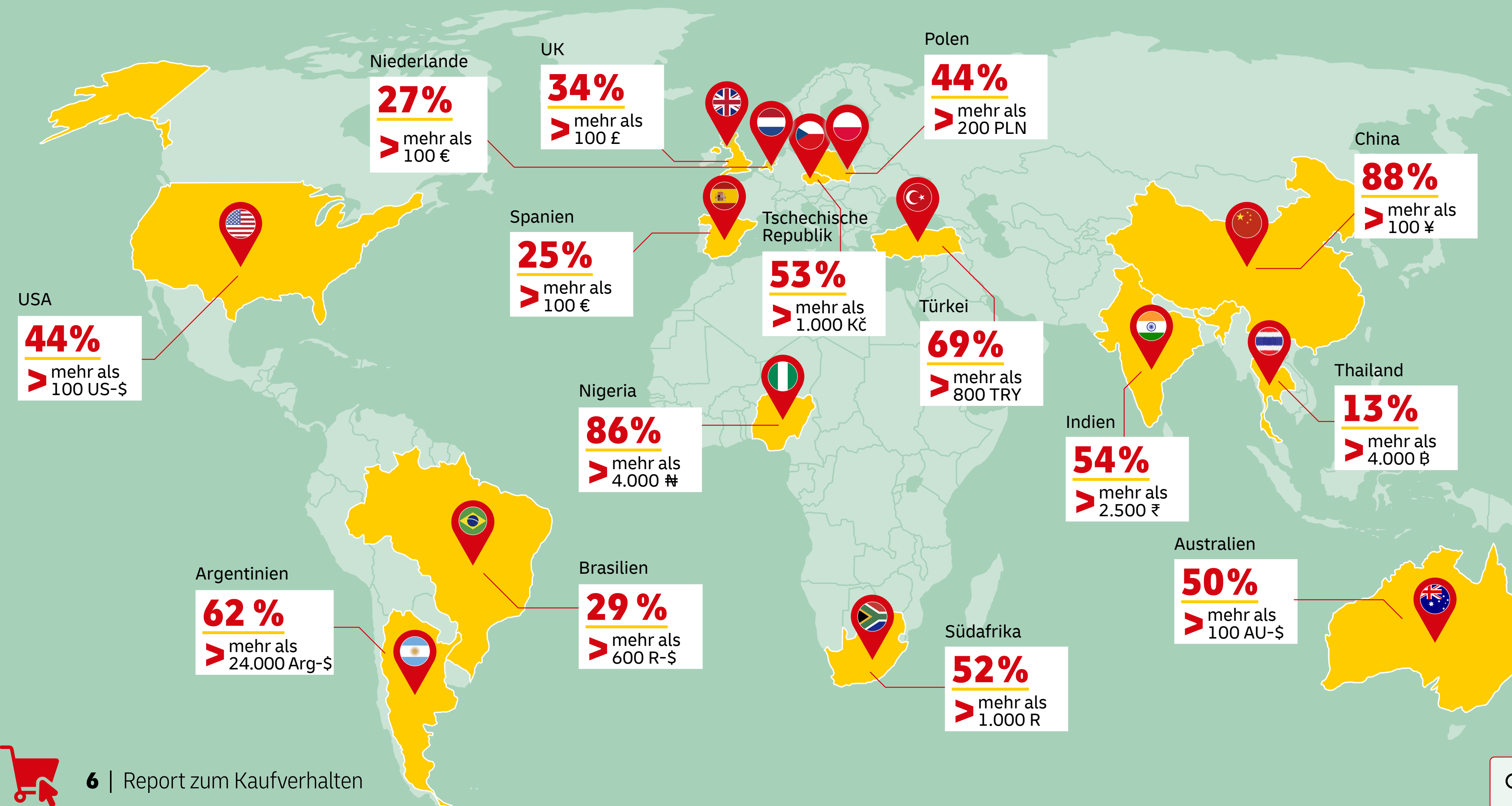
Bietet Ihr Unternehmen Abonnements an? Es könnte an der Zeit sein, dies in Erwägung zu ziehen – **35% der Shopper weltweit haben ein Online-Shopping-Abonnement. Bei den unter 45-Jährigen sind es schon 43% und bei den Social-Media-Shoppern sogar 64%.**

Als Anreiz für Shopper, Ihre Produkte zu abonnieren, können Sie ihnen exklusive Vorteile wie Preisnachlässe, kostenlose Lieferung oder auch kleinere Geschenke anbieten.



Wie viel wird weltweit für Online-Shopping ausgegeben?

Verkauft Ihr Unternehmen in andere Länder oder planen Sie, dies zu tun? Wenn Sie wissen, wie viel die Shopper normalerweise ausgeben, können Sie die richtigen Preise für Ihre Produkte festlegen.



Möchten Sie als Unternehmen in neue Märkte expandieren, sollten Sie sich ein Bild davon machen, wie viel die Kundschaft typischerweise jeden Monat online ausgibt. Diese Zahlen beziehen sich sowohl auf inländische als auch auf länderübergreifende Käufe. Beachten Sie, dass beim Verkauf an Kund:innen in anderen Ländern Zölle und Steuern zu berücksichtigen sind.













WUSTEN SIE SCHON?
6 von 10 Kund:innen brechen ihren Kauf ab, wenn sie nicht die von ihnen bevorzugte Zahlungsmethode auswählen können. Verkaufen Sie im Ausland, sollten Sie Ihre Preise in der Landeswährung angeben und Zahlungsmethoden anbieten, die die Shopper vor Ort bevorzugen.



Wie viel geben Online-Shopper in den einzelnen Ländern aus?

Wir haben die Shopper in jedem Land gefragt, wie viel sie normalerweise jeden Monat für Online-Käufe ausgeben. Und das waren ihre Antworten...

	Argentinien	24.000 argentinische Peso oder weniger	39%
		Mehr als 24.000 argentinische Peso	62%
	Australien	100 AU-Dollar oder weniger	50%
		Mehr als 100 AU-Dollar	50%
	Österreich	100 Euro oder weniger	69%
		Mehr als 100 Euro	31%
	Brasilien	600 brasilianische Real oder weniger	71%
		Mehr als 600 brasilianische Real	29%
	Kanada	100 CA-Dollar oder weniger	57%
		Mehr als 100 CA-Dollar	43%
	China	100 Yuan oder weniger	12%
		Mehr als 100 Yuan	88%
	Tschechische Republik	1.000 tschechische Kronen oder weniger	46%
		Mehr als 1.000 tschechische Kronen	53%
	Frankreich	100 Euro oder weniger	76%
		Mehr als 100 Euro	24%
	Deutschland	100 Euro oder weniger	65%
		Mehr als 100 Euro	35%
	Indien	2.500 Rupien oder weniger	45%
		Mehr als 2.500 Rupien	54%
	Italien	100 Euro oder weniger	78%
		Mehr als 100 Euro	22%
	Malaysia	200 Ringgit oder weniger	65%
		Mehr als 200 Ringgit	35%

	Marokko	1.000 marokkanische Dirham oder weniger	86%
		Mehr als 1.000 marokkanische Dirham	14%
	Niederlande	100 Euro oder weniger	73%
		Mehr als 100 Euro	27%
	Nigeria	4.000 Naira oder weniger	14%
		Mehr als 4.000 Naira	86%
	Polen	200 Złoty oder weniger	57%
		Mehr als 200 Złoty	44%
	Südafrika	1.000 Rand oder weniger	47%
		Mehr als 1.000 Rand	52%
	Spanien	100 Euro oder weniger	74%
		Mehr als 100 Euro	25%
	Schweden	2.400 schwedische Kronen oder weniger	88%
		Mehr als 2.400 schwedische Kronen	11%
	Thailand	4.000 Baht oder weniger	87%
		Mehr als 4.000 Baht	13%
	Türkei	800 türkische Lira oder weniger	31%
		Mehr als 800 türkische Lira	69%
	VAE	1.000 VAE-Dirham oder weniger	60%
		Mehr als 1.000 VAE-Dirham	39%
	GB	100 Pfund oder weniger	66%
		Mehr als 100 Pfund	34%
	USA	100 US-Dollar oder weniger	57%
		Mehr als 100 US-Dollar	44%

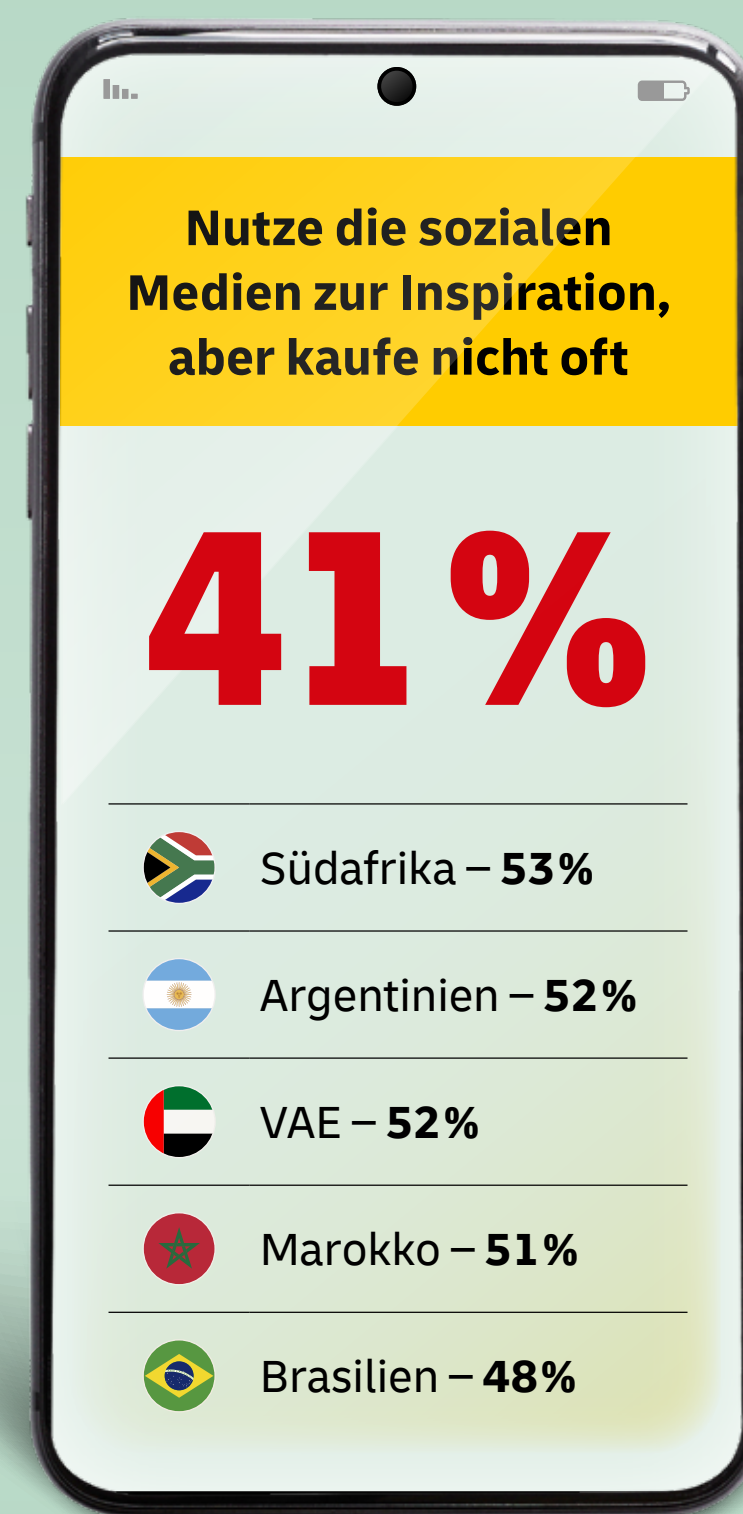
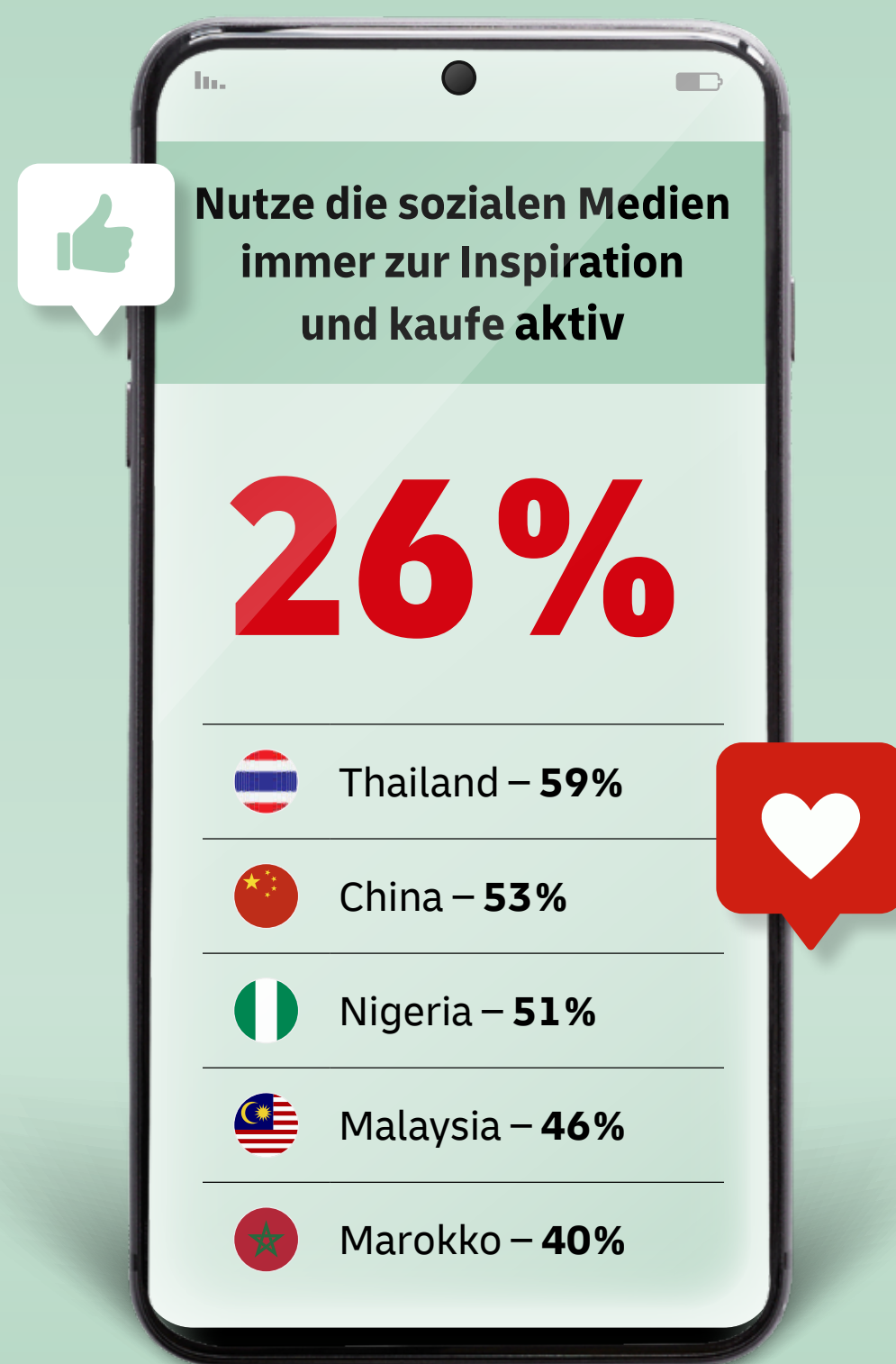
Social-Media-Shopper geben weltweit in der Regel mehr im Monat aus. **55% der Social-Media-Shopper weltweit fallen in die Ausgabenkategorie „mehr als“.** Im Vergleich dazu kaufen nur **36% der Online-Shopper nicht über soziale Medien.**

Dieser Anstieg der Ausgaben gilt auch für Online-Shopper, die in anderen Ländern kaufen. **51% der länderübergreifenden Shopper fallen in die Kategorie derjenigen, die mehr ausgeben.**



Beeinflussen soziale Medien die Art und Weise, wie Shopper im Internet surfen, kaufen und Abonnements abschließen?

Soziale Medien haben Einfluss auf das Online-Kaufverhalten der Kundschaft. So nutzen Menschen weltweit die sozialen Medien – und in den folgenden fünf Ländern steht diese Shopping-Gewohnheit am höchsten im Kurs...



Da fast **7 von 10 Shoppern die sozialen Medien** entweder zur Inspiration oder zum Kauf nutzen, sollte Ihr Unternehmen diesen Kanal nicht ignorieren, wenn Sie die Bekanntheit Ihrer Marke oder Ihren Umsatz steigern möchten. Obwohl europäische Shopper in den sozialen Medien nicht so aktiv sind wie der Rest der Welt, nutzt immer noch mehr als jede:r Zweite die sozialen Medien entweder zur Inspiration oder zum Kauf.



81%

der Online-Shopper unter 45 Jahren nutzen soziale Medien, um sich beim Kauf inspirieren zu lassen, und 35% kaufen regelmäßig auf dieser Plattform.

48%

der über 45-Jährigen nutzen soziale Medien zur Inspiration und nur 15% kaufen regelmäßig auf dieser Plattform.



Wie stark beeinflussen Kund:innen-rezensionen die Online-Shopper?

Bei der Entscheidung, auf „Jetzt kaufen“ zu klicken oder nicht, **spielen bei den meisten Online-Shoppern Kundenrezensionen eine wichtige Rolle.**

98%

der Online-Käufer:innen geben an, dass Kundenrezensionen ihre Kaufentscheidungen in gewissem oder großem Umfang beeinflussen.

91%

der Online-Käufer:innen geben an, dass sie vor dem Kauf die Kundenrezensionen lesen.

„Bewertungen sind ein wichtiger Bestandteil des Online-Kaufprozesses und tragen dazu bei, Vertrauen und Glaubwürdigkeit zwischen der Marke und der Kundschaft aufzubauen. Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Unsicherheit wissen wir, dass sich die Kundschaft mehr denn je auf authentische Bewertungen verlässt, um fundierte Entscheidungen zu treffen.“



Kerry Leighton-Bailey
Chief Product & Marketing Officer, Feefo

WO AUF DER WELT LASSEN SICH ONLINE-SHOPPER AM MEISTEN VON BEWERTUNGEN BEEINFLUSSEN?

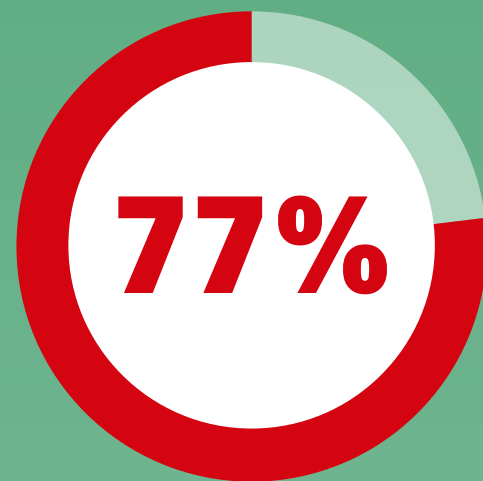
	Weltweit	In Europa
1	Brasilien	Türkei
2	Südafrika	Spanien
3	Indien	Deutschland
4	Marokko	Polen
5	Nigeria	Tschechische Republik



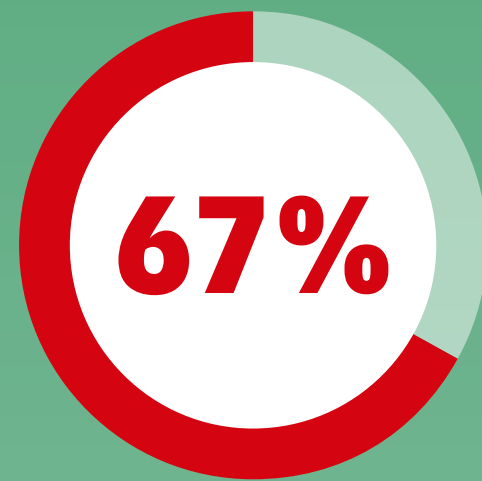
Wie wichtig ist Online-Shoppern Nachhaltigkeit?

Online-Shopper achten verstärkt darauf, wie sich ihre Käufe auf die Umwelt auswirken. Von recycelbaren Verpackungen bis hin zu den Emissionen bei der Lieferung: Nachhaltigkeit gewinnt immer mehr an Bedeutung.

59% der Shopper weltweit geben an, dass Nachhaltigkeit für sie beim Online-Kauf „sehr“ oder „ziemlich“ wichtig ist. Das Verständnis und die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit bei Ihren Geschäften kann Ihnen helfen, diese umweltbewussten Shopper anzuziehen.



der Social-Media-Shopper geben an, dass Nachhaltigkeit für sie beim Online-Kauf „sehr“ oder „ziemlich“ wichtig ist.



der länderübergreifenden Shopper geben an, dass Nachhaltigkeit für sie „sehr“ oder „ziemlich“ wichtig ist.













Land	Sehr oder ziemlich wichtig	Nicht wichtig und weder wichtig noch unwichtig
Argentinien	62%	38%
Australien	57%	43%
Österreich	39%	61%
Brasilien	72%	28%
Kanada	49%	51%
China	59%	41%
Tschechische Republik	26%	74%
Frankreich	59%	61%
Deutschland	46%	54%
Indien	83%	17%
Italien	59%	41%
Malaysia	67%	33%
Marokko	54%	46%
Niederlande	37%	63%
Nigeria	89%	11%
Polen	51%	49%
Südafrika	80%	20%
Spanien	50%	50%
Schweden	53%	47%
Thailand	77%	23%
Türkei	73%	27%
VAE	71%	29%
GB	53%	47%
USA	51%	49%
GESAMT	59%	41%













Wo in der Welt sind Online-Shopper am meisten (und am wenigsten) bereit, für eine umweltfreundliche Lieferung zu zahlen?

WÜRDE IMMER ODER MANCHMAL MEHR FÜR EINE UMWELTFREUNDLICHE LIEFERUNG BEZAHLEN

Weltweit	In Europa
 Thailand – 87%	 Türkei – 76%
 Indien – 85%	 Deutschland – 64%
 Nigeria – 84%	 Österreich – 53%
 VAE – 83%	 Schweden – 53%
 Marokko – 76%	 Italien – 53%

WÜRDE NIEMALS MEHR FÜR EINE UMWELTFREUNDLICHE LIEFERUNG BEZAHLEN

Weltweit	In Europa
 Kanada – 55%	 Tschechische Republik – 57%
 USA – 45%	 Niederlande – 55%
 Argentinien – 43%	 Polen – 53%
 Australien – 40%	 Frankreich – 53%
 Brasilien – 31%	 Spanien – 50%

Der angegebene Prozentsatz ist die Summe aus den Antworten auf die Frage „Wären Sie bereit, für eine umweltfreundliche Lieferung mehr zu bezahlen?“. „Ich würde mich immer dafür entscheiden“ oder „Ich würde mich manchmal dafür entscheiden“ gegenüber „Ich würde mich niemals dafür entscheiden“.



Weltweit geben

38%

der Online-Shopper an, niemals mehr für eine umweltfreundliche Lieferung zu bezahlen.

Und nur

20%

geben an, immer mehr für eine umweltfreundliche Lieferung zu bezahlen.

Da hohe Lieferkosten für

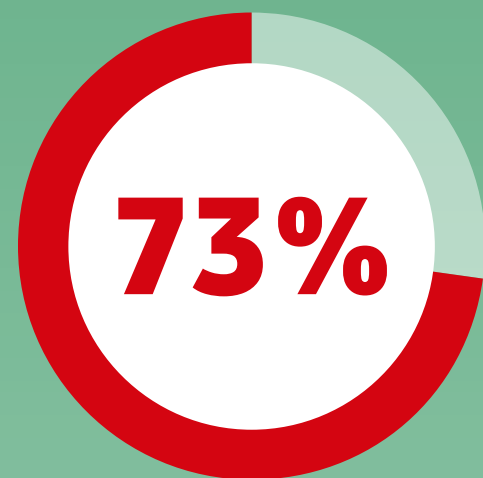
54%

der Online-Shopper frustrierend sind, sollten Sie in Erwägung ziehen, etwaige zusätzliche Kosten für umweltfreundliche Lieferungen in den Preis Ihrer Waren einzurechnen und standardmäßig nachhaltigere Liefermöglichkeiten anzubieten.

Möchten Online-Shopper wissen, wie umweltfreundlich ihre Bestellung ist?

Da Nachhaltigkeit für Online-Shopper immer wichtiger wird, überrascht es nicht, dass sich mehr als die Hälfte der Befragten Transparenz über die CO₂-Emissionen ihrer Bestellung wünscht.

Bei denjenigen, die häufiger online kaufen, steigt dieser Anteil auf 68%. Das zeigt, dass sich Shopper umso mehr Gedanken über die Umweltauswirkungen ihrer Online-Bestellungen machen, je häufiger sie etwas kaufen.



der Social-Media-Shopper geben an, die CO₂-Emissionen und andere Informationen erfahren zu wollen.



der länderübergreifenden Shopper geben an, die CO₂-Emissionen und andere Informationen erfahren zu wollen.



Land	Ja	Nein
Argentinien	58%	42%
Australien	47%	53%
Österreich	39%	61%
Brasilien	72%	28%
Kanada	40%	60%
China	60%	40%
Tschechische Republik	27%	73%
Frankreich	42%	58%
Deutschland	47%	53%
Indien	73%	27%
Italien	47%	53%
Malaysia	62%	38%
Marokko	67%	33%
Niederlande	33%	67%
Nigeria	77%	23%
Polen	41%	59%
Südafrika	71%	29%
Spanien	56%	44%
Schweden	44%	56%
Thailand	60%	40%
Türkei	77%	23%
VAE	72%	28%
GB	45%	55%
USA	45%	55%
GESAMT	54%	46%



Sind Online-Shopper bereit, für nachhaltige/ umweltfreundliche Verpackungen mehr zu bezahlen?



VERKAUFT IHR UNTERNEHMEN PRODUKTE IN EUROPA?

47% der Online-Shopper hier geben an, niemals mehr für nachhaltige Verpackungen bezahlen zu wollen. In Frankreich und den Niederlanden sind es sogar 56%, dicht gefolgt von 50% in Italien und Spanien.

Da die Kundschaft in vielen Bereichen des Lebens nachhaltiger handelt, ist es nicht verwunderlich, dass sich dies auch auf ihr Online-Kaufverhalten auswirkt.

Online-Händler müssen sich überlegen, wie sie Nachhaltigkeit in ihr Geschäft integrieren können, um den Erwartungen der Online-Shopper gerecht zu werden. Obwohl Shopper wissen möchten, wie sich ihre Bestellungen auf die Umwelt auswirken, sind sie nicht unbedingt bereit, mehr dafür zu bezahlen. Online-Händler sollten also in Erwägung ziehen, die Kosten für eine umweltfreundlichere Lieferung oder nachhaltigere Verpackungen in die Produktkosten einzurechnen, um Online-Shoppern das zu bieten, was sie möchten – auf die von ihnen bevorzugte Weise.



Wie wichtig sind kostenlose Lieferungen?

Überall auf der Welt sind kostenlose Lieferungen für viele Online-Shopper wichtig: 67% geben an, dass kostenlose Lieferungen ihr Online-Einkaufserlebnis verbessern würden, und 54% geben an, dass sie hohe Lieferkosten frustrierend finden.

Kostenlose Lieferungen sind Shoppern in den sozialen Medien etwas wichtiger: 59% geben an, dass sie hauptsächlich in Shops kaufen, die kostenlose Lieferungen anbieten.

Da die Lieferkosten beim Online-Kauf eine wichtige Rolle spielen, sollte Ihr Unternehmen in Betracht ziehen, kostenlose Lieferungen anzubieten, um Besucher:innen tatsächlich in Käufer:innen zu verwandeln.

In unserem **E-Commerce-Trendreport** finden Sie weitere Erkenntnisse, wie die Lieferung Kaufentscheidungen beeinflusst.



53%

kaufen hauptsächlich bei Online-Shops, die kostenlose Lieferungen anbieten

16%

sind kostenlose Lieferungen nicht wichtig, wenn sie den Artikel haben möchten



30%

kaufen manchmal in Shops, die keine kostenlosen Lieferungen anbieten

Haben Online-Shopper die Liefermöglichkeiten, die sie sich wünschen?

41%
Sehr zufrieden

42%
Ziemlich zufrieden

12%
Weder zufrieden noch unzufrieden



Insgesamt sind 83% der Shopper sehr oder ziemlich zufrieden mit den angebotenen Liefermöglichkeiten. Da jedoch 48% der Shopper angeben, dass sie ihren Kauf häufig wegen fehlender Liefermöglichkeiten abbrechen, sollten Sie sich überlegen, ob Sie Ihrer Kundschaft genügend Auswahl bieten, damit sie auf „Jetzt kaufen“ klickt.

3%
Ziemlich unzufrieden

2%
Sehr unzufrieden

WO WAREN DIE SHOPPER BEI IHREM LETZTEN ONLINE-KAUF AM ZUFRIEDENSTEN MIT DEN ANGEBOTENEN LIEFERMÖGLICHKEITEN?

	Weltweit	In Europa
1	Indien	Türkei
2	Südafrika	Deutschland
3	Argentinien	Österreich
4	USA	GB
5	VAE	Niederlande

WARUM ONLINE-SHOPPER MIT IHREN BESTELLUNGEN ZUFRIEDEN SIND...

„Ich hatte die Wahl, das Paket an einem bestimmten Ort abzuholen oder direkt nach Hause liefern zu lassen.“

„Die Lieferkosten waren wirklich angemessen, und der Liefertermin entsprach meinen Bedürfnissen zu diesem Zeitpunkt.“

UND WARUM SIE NICHT SO ZUFRIEDEN SIND...

„Lieferzeit und Liefertermin wurden nicht genau angegeben, ich musste auf die Lieferung warten.“

„Ich musste mehr für die Lieferung bezahlen, die Lieferung dauerte länger als erwartet.“



Wie viele Shopper geben an, dass die Liefermöglichkeiten Einfluss darauf haben, wo sie online einkaufen?

95%
der weltweiten Shopper

97%
der Shopper in den sozialen Medien

97%
der länderübergreifenden Shopper



Es ist deutlich, dass Liefermöglichkeiten wie Geschwindigkeit, Anbieter und Lieferort großen Einfluss auf alle Shopper haben. Aber in welchen Ländern haben sie den größten Einfluss?

	Weltweit	In Europa
1	Brasilien	Türkei
2	Indien	Spanien
3	Marokko	Polen
4	Nigeria	Tschechische Republik
5	Südafrika	Italien

BIETEN SIE ONLINE-SHOPPERN DIE LIEFERMÖGLICHKEITEN, DIE SIE SICH WÜNSCHEN?



Da die Liefermöglichkeiten fast jeden Käufertyp beeinflussen, ist es wichtig, Optionen anzubieten, die den Erwartungen der Shopper entsprechen. Geben Sie Ihrer Kundschaft die Wahl, wie ihre Bestellung zugestellt werden soll – von einem Aufpreis für eine schnellere Lieferung bis hin zur Wahl eines für sie passenden Zeitpunktes oder Ortes. **Da Außer-Haus-Lieferungen immer mehr zunehmen (20% der Shopper möchten ihre Bestellung außer Haus erhalten),** sollten Sie Ihrer Kundschaft diese Möglichkeit anbieten.



Wir hoffen, dass Sie durch die Einblicke in diesem Report besser verstehen, wie Online-Shopper weltweit surfen, kaufen und Abonnements abschließen.

In unserem nächsten Trendreport zum Online-Shopping gehen wir der Frage nach, was Shoppern wichtig ist, wenn sie eine Bestellung erhalten oder zurückschicken möchten. Von Lieferpräferenzen bis hin zur Bestellverfolgung: Entdecken Sie, wie Sie das Liefererlebnis für Ihre Kundschaft verbessern können.

Wir helfen Ihnen, Ihr Geschäft nach vorn zu bringen

Um noch mehr Informationen aus unserem Trendreport zum Online-Kaufverhalten zu erhalten oder herauszufinden, wie unsere erstklassigen Produkte Ihr Unternehmen unterstützen können, **wenden Sie sich bitte an einen unserer Zustellexperten in Ihrem Land.**

DHL Paket versendet innerhalb und in die ganze Welt von:

 Österreich	 Dänemark	 Niederlande	 Schweiz
 Australien	 Frankreich	 Polen	 Thailand
 Belgien	 Italien	 Portugal	 Türkei
 Kanada	 Indien	 Spanien	 GB
 Tschechische Republik	 Malaysia	 Schweden	 USA



„Ob Kund:innen nun über soziale Medien oder länderübergreifend einkaufen – das Verhalten der Shopper kann sich je nach Land oder Verkaufskanal unterscheiden. Das Verständnis der unterschiedlichen Wünsche und Bedürfnisse von Online-Shoppern macht DHL eCommerce zum bevorzugten Versanddienstleister für Online-Händler von heute, denn: Wir bieten die von Ihrer Kundschaft bevorzugten Liefermöglichkeiten.“



Pablo Ciano | CEO DHL eCommerce