P R E S S E M E D D E L E L S E

**Den globale e-handel og logistikbranchen vil vokse markant frem til 2025**

**I løbet af de næste 10 år vil nethandlen blive langt mere betydningsfuld end hidtil forudset. Det gælder både i de udviklede lande og i vækstøkonomierne. Dermed vil logistik blive en væsentlig konkurrenceparameter og forbrugerne vil kunne se frem til at få deres varer i løbet af få timer efter bestilling. Sådan lyder ét af fire fremtidsscenarier, som logistik- og kurerfirmaet Deutsche Post DHL har undersøgt. Studiet er det første af sin art med et globalt perspektiv og bidragsyderne er bl.a. tyske fremtidsforskere og internationale eksperter.**

**Berlin d. 1. juli 2014:** ”I fremtiden vil logistik i langt større grad end i dag bane vejen for netbutikker. Vi har i dag et godt overblik over virksomheder i forskellige brancher i næsten alle lande i verden. Det betyder, at vi som logistikfirma i stigende grad også bliver rådgiver og partner for andres succes,” siger Jürgen Gerdes, der er CEO for Post - eCommerce - Parcel hos Deutsche Post DHL.

Ifølge ”Global E-Tailing 2025”-studiet udgør e-handel i dag otte procent af den samlede handelsvolumen i Europa. Denne andel kan stige op til 40 % i de udviklede lande og op til 30 % i dagens vækstmarkeder.

Studiet opstiller fire scenarier for hvordan den globale e-handel vil udvikle sig for private og virksomheder i den nærmeste fremtid. Scenarierne er baseret på detaljerede analyser over de mest indflydelsesrige faktorer. Fra energi- og råvarepriser til teknologiske, politiske og sociale faktorer samt detail- og forbrugsmønstre.

Som et led i studiet har forskerne undersøgt både udviklede lande og nye markeder i hele verden. Og trendspejdere har studeret indkøb og logistiktendenser i 12 internationale metropoler — heriblandt New York, Moskva, Bangalore, Jakarta og Lagos. Den forbrugerindsigt, der er kommet ud af det, forankrer scenarierne i verdenen i dag. Og det øger dermed sandsynligheden for, at de rammer rigtigt.

**Ekspreslevering skal måles i minutter**

I et af fremtidsscenarierne vil vækstmarkederne i dag stå for væksten 11 år fra nu. En stærk global økonomi og en stabil middelklasse vil have efterspurgt en mulighed for at handle overalt. Som en følge heraf vil forbrugerne få deres indkøb meget hurtigere end i dag. Ekspresforsendelser vil blive leveret på mindre end 24 timer og tiden vil endda blive målt i minutter.

I et andet scenarie har en højt udviklet digital kultur udviklet sig. Her vil næsten alle produkter blive solgt online. Forbrugerne vil få hjælp fra digitale assistenter fx til automatiske indkøb af dagligvarer. Og for at beskytte både producenter og kunder fra forfalskede varer, vil logistikvirksomhederne derfor tilbyde beskyttede forsyningskæder.

Studiet er dog ikke kun skønlæsning og positive fremtidsscenarier. Et fjerde scenarie skitserer nemlig, hvordan forbrugsmønsteret verden over kan udvikle sig efter endnu en global finanskrise. I dette scenarie vil energi- og råvarepriserne være steget betydeligt. Det vil få folk til gøre op med tankegangen om at købe nyt hele tiden. I stedet vil de dele brugsgenstande med hinanden og en gør-det-selv-mentalitet vil vinde frem.

**For yderligere oplysninger, kontakt venligst:**

Deutsche Post DHL, Media Relations Dunja Kuhlmann på +49 (0)228 182-99 44 eller pressestelle@dpdhl.com

Besøg også Global E-Tailing 2025 microsite [www.dpdhl.com/e-tailing](http://www.dpdhl.com/e-tailing)

Evt. billeder kan findes her: <http://www.mynewsdesk.com/dk/dhl-danmark/latest_media>

DHL – The Logistics company for the world. DHL er den globale markedsleder inden for logistik industrien og “The Logistics company for the world” . DHL tilbyder sin ekspertise inden for international ekspres, luft-og søfragt, vej-og jernbanetransport, kontrakt logistik og international post-tjenester til sine kunder. Et globalt netværk bestående af mere end 220 lande og territorier og omkring 285,000 ansatte verden over tilbyder kunderne enestående kvalitet og service samt lokal kendskab der opfylder kundernes krav til logistikleverandør. DHL accepterer sit sociale ansvar ved at støtte klimabeskyttelse, katastrofehåndtering og uddannelse. DHL er en del af Deutsche Post DHL. Koncernens omsætning var på mere end 55 milliarder euro i 2013. For mere information: [www.dp-dhl.com](http://www.dp-dhl.com) eller [www.dhl.dk](http://www.dhl.dk)

**Global E-Tailing 2025**

**Fire mulige fremtidsscenarier**

Ved hjælp af fire fremtidsscenarier beskriver "Global E-Tailing 2025"-studiet den rolle, nethandel vil spille i folks liv i år 2025. Studiet viser, hvordan den internationale nethandel vil forandre forbrugernes adfærd og dermed hele detailhandlen i sin helhed. Endelig peger studiet også på de udfordringer, logistikbranchen vil stå overfor. De fire eksplorative scenarier er blevet udviklet med et mellemlangt globalt sigte for øje. Det ligger i deres natur, at de ikke er beregnet til at være præcise prognoser for fremtiden. I stedet skal de ses som mulige scenarier, der kan være med til at sætte en dialog i gang. Både omkring fremtidens nethandel og omkring de implikationer, den vil få for logistikbranchen.

Kigget ud i fremtiden forstærkes af adskillige essays skrevet af kendte eksperter. Derudover er ledere i logistik- og detailhandelssektoren blevet interviewet. Det primære fokus har været at spore udviklingstendenser, der allerede er stærkt signifikante. De vil nemlig have en stor indflydelse på forbrugeradfærd, detailhandel og logistik i de kommende elleve år.

Studiet gennemgår også en række fremadrettede best-practice løsninger, der allerede er gennemført af Deutsche Post DHL.

**Scenarie 1: Hybrid forbrugeradfærd i detailhandlen**

På baggrund af en moderat økonomisk vækst er de præstationsorienterede samfund blevet slået fast verden over. I mange af de udviklede økonomier som man finder i Australien, Frankrig og Storbritannien er de sociale kontraster blevet større.

De teknologiske fremskridt har kun været moderate. Smartphones og tablets er derfor stadig folks konstante følgesvende. De har fleksible skærme, der kan rulles ud, foldes og vendes rundt. Interaktive skærme er stadig til syne i gadebilledet, hvor de tjener som grænseflader til den virtuelle verden.

Detailbutikkerne har deres varer til salg online og i stationære butikker — mulitikanal-detailhandel er blevet etableret. I mange tilfælde vil butikker blot være showrooms, hvor kunderne kan opleve varerne. Hurtig levering til en specificeret adresse er blevet en service alle tilbyder. For de der har råd, er bekvemmelighed en afgørende faktor, når der købes varer. Men for langt de fleste, vil det fortsat være prisen, der i sidste ende betyder mest.

**Scenarie 2: Dyrkelse af individet i virtuelle fællesskaber**

Folk trives. For første gang i historien er der nu på verdensplan en middelklasse med en forholdsvis stærk købekraft. Denne fremgang har været ledsaget af et skift i værdier med fokus på fritid snarere end på arbejdet. Selvrealisering og den enkeltes levevis er vigtigere end at man har succes i sit job. Nye trends bliver primært fastsat af internationale livsstils-fællesskaber. De har en stærk indflydelse på indkøbsvanerne for en bred del af offentligheden. Små og innovative detailhandels-platforme tjener forskellige grupper online, mens de store onlinebutikker og handelsplatforme tager sig af mainstream-markedet. Den stationære detailhandel vil hovedsageligt være fokuseret på at skabe shopping-oplevelser.

De såkaldte wearables er blevet en del af hverdagen. Et af hovedformålene med den bærbare teknologi er at måle og optimere ens egne handlinger i forhold til fx ernæring eller fitness. Disse wearables vil også løbende udveksle informationer med andre enheder i forskellige sammenhænge.

Som et resultat af boomet i nethandlen, vil mængden af varer transporteret af logistikvirksomhederne være steget betydeligt. For at forhindre at det bliver alt for kaotisk, vil en række byområder derfor have indført strengere regler for levering af varer.

**Scenarie 3: Kunstig intelligens i nethandels-sfæren**

Den vigtigste drivkraft i den globale økonomi i 2025 er den dynamiske og innovative flair for it. Her lever folk i en højtudviklet digital kultur. Data-briller, smarte kontaktlinser og andre wearables er blevet en uundværlig del af hverdagen. Og intelligente digitale assistenter vil tjene som virtuelle købsrådgivere. Ofte vil de uafhængigt og på egen hånd foretage indkøb af fx dagligvarer. Webshops vil tilpasse deres tilbud til kundeprofiler i realtid. Samtidig vil de digitale assistenter præsentere interessante produkter til deres brugere i personlige handelsknudepunkter. De stationære butikker og netbutikkernes showrooms vil også benytte sig af simuleringer der vil være tilpasset den enkelte kundes behov.

Levering samme dag er almindelig praksis i de større byer. Detailbutikker og logistikvirksomheder kan ofte forudsige kundernes behov på grundlag af præcise data. De vil derfor kunne afsende varerne selv før kunden har bestilt dem — og i nogle tilfælde vil det ske via automatiserede løsninger som droner.

**Scenarie 4: Kollektivt forbrug i et regionaliseret detailhandelslandskab**

I dette scenarie er den globale økonomi stagnerende. Handelshindringer og høje energi-og råvarepriser har ført til en regionalisering af økonomien. Det er mere reglen end undtagelsen, at folk køber lokalt. Bæredygtighed og energieffektivitet er de centrale faktorer, når folk shopper. Det er meget almindeligt, at folk leaser eller deler ting med andre. Og betydningen af at eje noget selv er faldet betydeligt for mange mennesker. Det der virkelig betyder noget er tilgængelighed.

Der vil være større online portaler, der hovedsageligt dyrker leasing-modellen. På regionalt og lokalt plan foregår en stor del af byttehandlerne via mindre online platforme. Elektronisk udstyr og forbrugsvarer vil være modulopbyggede, så deres levetid kan forlænges. Dette vil lette både reparation og vedligeholdelse. Udover de mere traditionelle muligheder for at levere varer, vil de fleste logistikfirmaer også tilbyde at håndtere forsendelsen af reservedele og reparation af produkter.

Alle scenarier og bidrag har det til fælles, at konkurrencen i nethandlen vil blive mere intens. Det er uanset om det er på globalt, nationalt eller regionalt plan.

"Vi ved ikke med sikkerhed, hvordan verden vil se ud i 2025, men undersøgelsens forskellige scenarier viser, hvor hurtigt den globale detailhandelssektor — online og offline — er under forandring. Og logistik vil være et centralt punkt i disse forandringer," siger Jürgen Gerdes, CEO for Post - eCommerce - Parcel hos Deutsche Post DHL.

Deutsche Post DHL’s 2020-strategi viser ifølge Jürgen Gerdes, at koncernen er i en fin position for den kommende udvikling. En del af strategien er at udvide koncernens førende position inden for e-handel relateret logistik. Det skal ske både i og uden for Europa. Og her spiller Post – eCommerce – Parcel enheden en vigtig rolle.

”Vi er den mest internationale virksomhed i logistikbranchen. Derfor ligger det i kortene, at vi skal udvikle succesfulde nethandelsorienterede forretninger på B2C-markedet på de ikke-europæiske markeder. Vi ser derfor et kæmpe potentiale i at blive verdens førende leverandør af e-handelslogistik inden for et par år,” siger Jürgen Gerdes.

Besøg også Global E-Tailing 2025 microsite [www.dpdhl.com/e-tailing](http://www.dpdhl.com/e-tailing) for yderligere oplysninger.