

EHF-STUDIE

Versand-, Verpackungs- und Retourenmanagement im E-Commerce 2025

Trends und Strategien im Online-Handel

EHF



Mit freundlicher Unterstützung von:



Liebe Leserinnen und Leser,

Wenig überraschend haben politische Vorgaben, steigende Kosten und technologische Innovationen auch 2025 den Diskurs der Handelslogistik rund um die Themen Versand, Verpackung und Retouren geprägt, allerdings mit neuen Schwerpunkten. Statt reiner Liefersgeschwindigkeit stehen nun regulatorische Anforderungen, ökologische Verantwortung und datengetriebene Prozessoptimierung im Mittelpunkt.

Mit der im Februar 2025 in Kraft getretenen EU-Verpackungsverordnung (Verordnung Packaging and Packaging Waste Regulation, PPWR) gelten für Händler neue Pflichten: Verpackungen sind als recyclingfähig, wiederverwendbar und eindeutig zu kennzeichnen. Parallel arbeitet die Bundesregierung an der Anpassung des Verpackungsgesetzes (VerpackG), um Nachweispflichten zu digitalisieren und Mehrwegsyste me auszubauen.

Auch im Retouren- und Versandmanagement greifen verschärfte EU-Vorgaben: Überarbeitete Verbraucherrechte sollen Rückgabeprozesse

umweltfreundlicher und nachvollziehbarer gestalten, während neue Berichtspflichten den Umgang mit Retourenabfällen standardisieren.

Zugleich verändert die Einbindung von Künstlicher Intelligenz und Automatisierung den operativen Alltag deutlich. KI-Systeme verbessern Prognosen zu Versandvolumen und Retourenquoten, automatisieren Pick-und-Pack-Prozesse und optimieren Lager- und Routenplanung in Echtzeit. Intelligente Chatbots und datengetriebene Personalisierung erhöhen die Servicequalität und passen Angebote dynamisch an Kundenverhalten an.

Vor diesem Hintergrund erscheint die aktuelle EHI-Studie „Versand-, Verpackungs- und Retourenmanagement im E-Commerce 2025“ zu einem besonders relevanten Zeitpunkt. Sie zeigt, wie Händler auf regulatorische, technologische und marktseitige Veränderungen reagieren und welche Strategien künftig über Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit im deutschen Onlinehandel entscheiden.

Wir danken allen Teilnehmenden der Studie herzlich. Ihre Rückmeldungen und Einsichten haben auch in diesem Jahr maßgeblich zur Durchführung und zu den gewonnenen Ergebnissen beigetragen.

Niklas Stanislawski

Projektleiter Handelslogistik
EHI Retail Institute



Dr. Tobias Röding

Projektmanager Handelslogistik
EHI Retail Institute



Inhalt

Vorwort	3
Management Summary	5
Key Findings	7
Methodik und Stichprobenstruktur	9
Erste Insights zu den Teilnehmenden 1	10
Erste Insights zu den Teilnehmenden 2	11
Anforderungen, Trends und Strategien der Onlinehändler beim Versand	12
Verpackungsmanagement	19
Anforderungen, Trends und Strategien beim Retourengeschäft	27
Kosten im Versand- & Retourenmanagement	42
Datennutzung, KI und Automatisierung im Versand- und Retourenmanagement	51
Anhang	63
Abbildungsverzeichnis	63
Impressum	65



Ein Großteil der in der Studie **abgebildeten Grafiken** ist in unserer Online-Statistik-Datenbank **handelsdaten.de** verfügbar und kann heruntergeladen werden.

Management Summary

Key Findings



EH1 Management Summary

Die EHI-Studie 2025 zeigt: Die Prozesse des Onlinehandels sind zunehmend strukturierter und stärker daten- sowie effizienzorientiert. Gegenüber 2024 treten Geschwindigkeit und kurzfristige Wettbewerbstaktiken in den Hintergrund, während Stabilität, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit die neue strategische Richtung bestimmen. Regulierungen wie die EU-Verpackungsverordnung und die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) erhöhen zusätzlich den Druck, Kennzahlen offenzulegen und Fortschritte messbar zu machen. Nachhaltigkeit senkt so langfristige Kosten und stärkt Marken- und Compliance-fähigkeit.

Händler konzentrieren sich verstärkt auf planbare Lieferzeiten statt auf teure Expressangebote, investieren in automatisierte Lager- und Retourenprozesse zur Kostensenkung und setzen nachhaltige Verpackungslösungen ein, um ökologische und ökonomische Ziele zu verbinden. Drei zentrale Perspektiven lassen sich

daraus ableiten, die den künftigen Kurs des Handels prägen:

1. Prozessstabilität statt Liefermaximierung

54,0 Prozent der Händler geben an, in ein bis zwei Tagen zu liefern (2024: 56 %), 35,5 Prozent in drei bis fünf Tagen. Entscheidend ist heute gerade auch die Verlässlichkeit der Abläufe. Multi-Carrier-Strategien (55,4 %) und automatisierte Pick-Pack-Prozesse (47,9 %) sichern Ausfallsicherheit und Effizienz. Vier von fünf Händlern nennen Zuverlässigkeit als wichtigstes Kriterium bei der Dienstleisterwahl (noch vor Geschwindigkeit). Planbare Qualität ersetzt damit kurzfristige Beschleunigung als zentrale Zielgröße.

2. Nachhaltigkeit als Wettbewerbs- und Kostentreiber

45,5 Prozent der Händler nutzen verstärkt recycelte Materialien, fünf Prozentpunkte mehr als 2024. 45,8 Prozent verankern ökologische

Aspekte in ihrer Markenstrategie. Mehrwegverpackungen bleiben wegen der Anforderungen an die Logistik, geringer Rückführungsquoten und deren Kosten noch immer ein komplexes Thema, werden aber weiterhin getestet. Innerhalb der Weiterverwertung von Retouren ersetzen Spenden (28,9 %) und Zweitvermarktung (57,0 %) zunehmend Entsorgung.

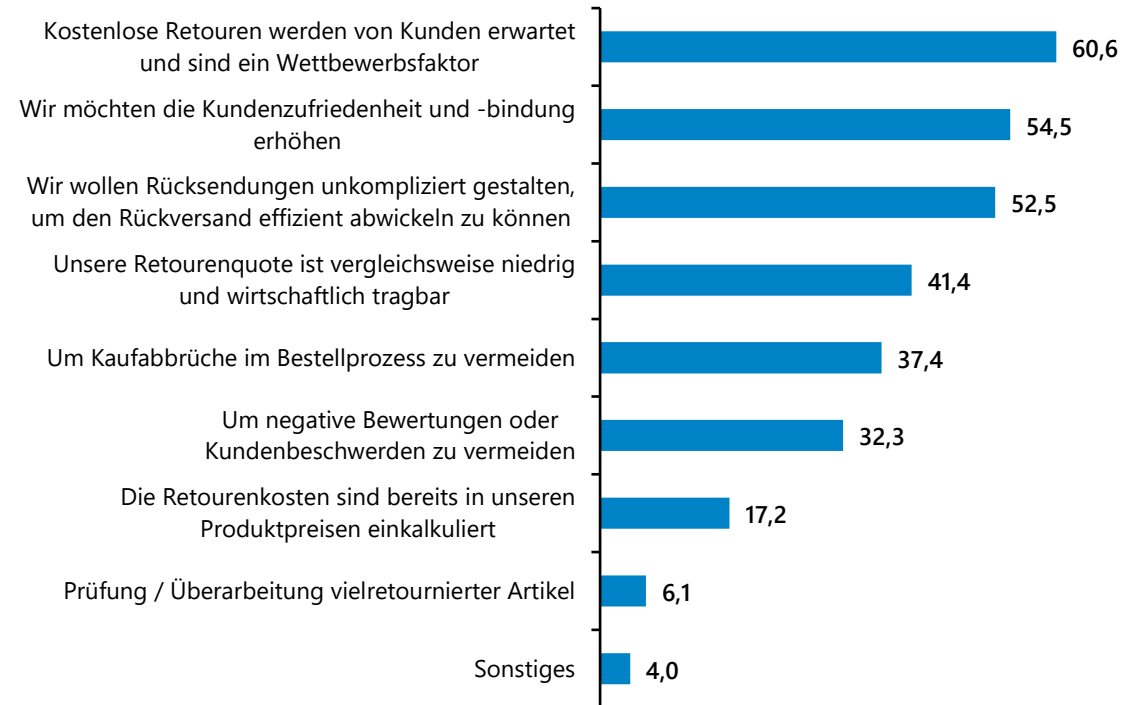
3. Datenintelligenz immer wichtiger

74,6 Prozent der Händler erfassen Retourengründe, 53,8 Prozent analysieren Versand- und Produktdaten. 52,1 Prozent nutzen diese für Optimierungen, dieses gilt etwa bei präziseren Produktinformationen oder passende Verpackungsgrößen. KI ist noch im Aufbau: 2,4 Prozent nutzen sie aktiv, 12,2 Prozent testen Pilotprojekte. Künftig bildet die Verbindung von Datenanalyse, Automatisierung und Echtzeitsteuerung das Fundament eines lernenden, kostenbewussten Logistiksystems.

Falls Sie die Retourenkosten übernehmen, was sind die Gründe dafür?

Gründe für Übernahme der Retourenkosten (Abb. 18)

Angaben in Prozent



n = 99, Mehrfachnennung möglich
Quelle: EHI

Die Gründe für die Übernahme der Retourenkosten liegen vor allem im Wettbewerb und in der Kundenorientierung. Händler sehen darin sowohl ein Mittel zur Stärkung der Kundenbindung als auch zur Vereinfachung des Rücksendeprozesses.

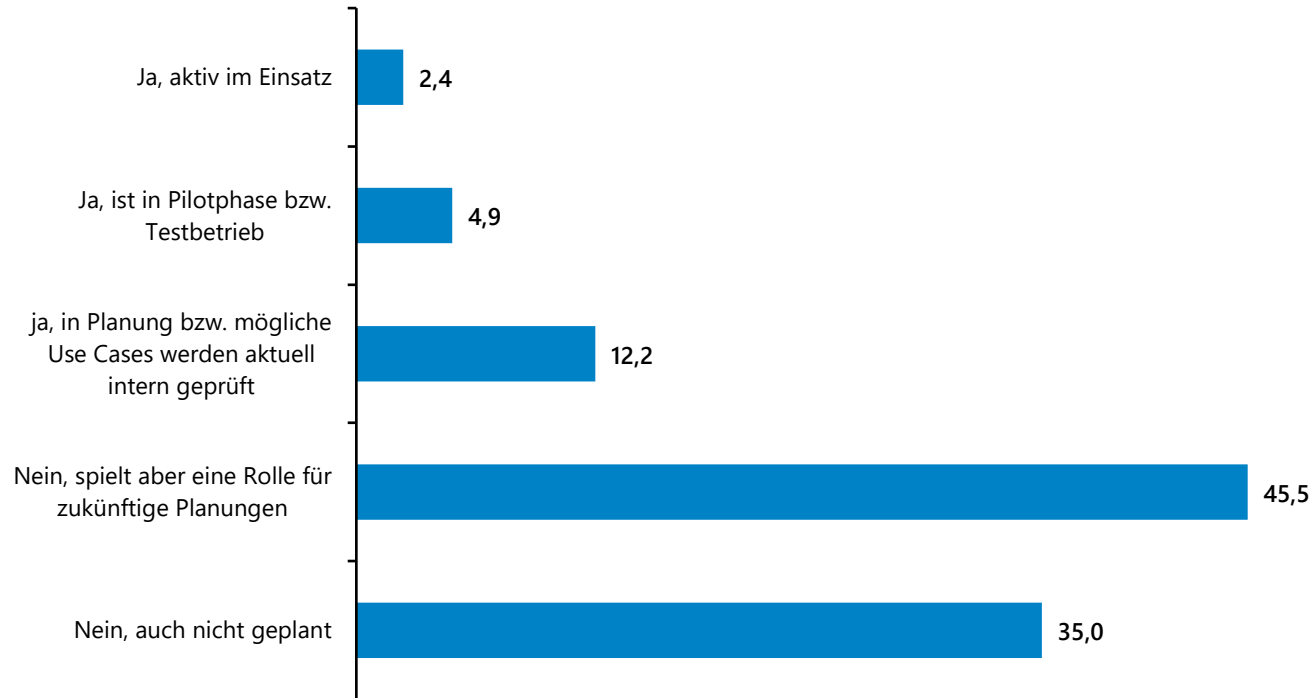
Zentrale Erkenntnisse:

- Kundenerwartungen und Wettbewerbsdruck sind die wichtigsten Beweggründe für kostenlose Retouren, da sie als fester Bestandteil des Marktumfelds gelten.
- Kundenzufriedenheit und Bindung stehen im Mittelpunkt der strategischen Überlegungen, ebenso wie eine möglichst unkomplizierte Abwicklung der Rücksendungen.
- Wirtschaftliche Erwägungen spielen ebenfalls eine Rolle, etwa wenn niedrige Retourenquoten oder einkalkulierte Kosten die Übernahme ermöglichen.

Setzen Sie KI-gestützte Lösungen zur Prognose oder Analyse von Retouren ein?

Einsatz KI-gestützter Lösungen zur Analyse von Retouren (Abb. 35)

Angaben in Prozent



n = 123, Einfachnennung
Quelle: EHI

Der Einsatz von KI im Retourenmanagement steckt derzeit noch in einer frühen Entwicklungsphase. Nur wenige Unternehmen nutzen bereits KI-gestützte Anwendungen aktiv, während die Mehrheit sich erst mit möglichen Einsatzszenarien beschäftigt oder das Thema langfristig plant.

Zentrale Erkenntnisse:

- Aktive Anwendungen und Pilotprojekte sind derzeit nur vereinzelt vorhanden. Einige Unternehmen testen den praktischen Nutzen in Pilotphasen.
- Planungen und interne Prüfungen betreffen die Mehrheit der Unternehmen, die potenzielle Anwendungsfälle identifizieren oder erste Voraussetzungen schaffen.
- Über ein Drittel der Unternehmen sieht derzeit keine Planung für KI-gestützte Lösungen im Retourenmanagement.



Das EHI ist ein Forschungs-, Bildungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeitenden und einem internationalen Netzwerk von 850 Mitgliedsunternehmen des Handels, der Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie der Dienstleisterbranche. Das EHI ist auch Gesellschafter der GS1 Germany sowie der Agraya und Partner der Messe Düsseldorf bei bedeutenden Handelsmessen wie der EuroShop. Präsident des EHI ist Markant-Chef Markus Tkotz und Geschäftsführer ist Michael Gerling.

Der EHI-Forschungsbereich Logistik konzentriert sich auf die Analyse und Erfassung von Trends und Entwicklungen in der deutschsprachigen Handelslogistikbranche. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Identifikation relevanter Treiber und Schnittstellen rund um die Themen Automatisierung und Robotik, Versand- und Retourenmanagement sowie alternative Antriebsarten.

Jedes Jahr veranstaltet der Forschungsbereich gemeinsam mit GS1 und der Bundesvereinigung für Logistik den jährlichen Branchentreff - den **Handelslogistik-Kongress**. Der LOG bringt die relevanten Akteure aus Handel und Industrie mit logistischem Fokus zusammen und beleuchtet in unterschiedlichen Formaten die wichtigsten Entwicklungen und Trends in der Logistik.

Mehr Infos unter www.handelslogistik.de

Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln
Tel. +49 221 57993-0
Fax +49 221 57993-45
info@ehi.org
www.ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e. V.

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

Autor:

Niklas Stanislawski, stanislawski@ehi.org
Tobias Röding, roeding@ehi.org

Layout:

EHI Retail Institute GmbH

Copyright© 2025

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Haftungsausschluss:

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

Bestellmöglichkeiten:

Tel. +49 221 57993-43

vertrieb@ehi.org

www.ehi.org/wissen/publikationen/

ISBN: 978-3-87257-632-3

Preis: 465,- €, zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

Cover: Composing EHI



EHI-KONGRESS

Handelslogistik-Kongress

21. und 22. April 2026 in Bonn. Die LOG ist mit 400 Teilnehmenden die führende Branchenveranstaltung zur Handelslogistik im D-A-CH Raum.

Bei Interesse bitte an stanislawski@ehi.org wenden.



EHI-STUDIE

KI-Integration im Handel

Die Studie untersucht und analysiert die Entwicklung und Integration aktueller und kommender KI-Lösungen im deutschen Handel.

Bei Interesse bitte an roeding@ehi.org wenden.



ARBEITSKREIS

EHI-Arbeitskreis Logistik

Der Arbeitskreis ist ein Format für Entscheider:innen aus der Handelslogistik, dass zwei Mal jährlich relevante Themen rund um die Logistik diskutiert.

Bei Interesse bitte an stanislawski@ehi.org wenden.

Mehr Infos unter: www.ehi.org

