Tempo ist Trumpf: Fast jeder Zweite zahlt lieber mehr für schnelle Online-Lieferung

10. Oktober 2025

Anne-Kathrin Sonnenberg
PR Lead Mainland Europe

Dinge online kaufen und verkaufen

Einzelhandel

Der Report “Retail unpacked: What Germans want from delivery and return” von YouGov (Oktober 2025)

Der Online-Handel boomt, und mit dem Wachstum steigen sowohl die Rücksendungen als auch die diesbezüglichen Erwartungen der Verbraucher. Dabei sagen zwei Drittel (66 Prozent) derjenigen Deutschen, die generell online einkaufen, dass ihnen schnelle Lieferungen wichtig sind, wenn sie entscheiden, wo sie online einkaufen. Den jüngeren Online-Shoppern, den Befragten der Gen Z und der Millennials (71 Prozent), ist dies im Vergleich wichtiger als den älteren Online-Shoppern (Gen X und Baby Boomer+: 63 Prozent). Dies zeigen Daten des neuen YouGov-Reports "Retail unpacked: What Germans want from delivery and return".

Knapp die Hälfte (42 Prozent) der deutschen Online-Shopper sagt, für schnellere Lieferungen bereit zu sein, mehr Geld zu bezahlen. Auch hier sind die jüngeren Shopper vorn: 54 Prozent der Online-Shopper der GenZ und der Millennials sind bereit, für schnellere Lieferungen mehr zu bezahlen. Unter den älteren Online-Shoppern sagen dies 34 Prozent.

Allerdings ist kostenloser Versand für 79 Prozent aller Online-Shopper wichtig für die Kaufentscheidung. Die Generationen-Unterschiede sind bei dieser Frage nicht sehr stark ausgeprägt: 81 Prozent der jüngeren vs. 78 Prozent der älteren Online-Shopper treffen diese Aussage.

Um sich für kostenlosen Versand zu qualifizieren, kommt es bei 65 Prozent der deutschen Online-Shopper zumindest manchmal vor, dass sie mehr ausgeben als beabsichtigt. Jüngere Online-Shopper betrifft das häufiger: 73 vs. 59 Prozent der älteren Shopper.

Philipp Schneider, Head of Marketing DACH bei YouGov: „Im heutigen wettbewerbsintensiven E-Commerce-Markt sind schnelle, flexible und unkomplizierte Liefer- und Rückgabeoptionen längst kein Luxus mehr – sie werden ganz selbstverständlich erwartet. Unser Bericht zeigt, worauf deutsche Verbraucherinnen und Verbraucher bei der Online-Bestellabwicklung und bei Rücksendungen besonderen Wert legen. Durch die Analyse ihrer Präferenzen in Bezug auf Geschwindigkeit, Kosten, Komfort und Flexibilität identifizieren wir die entscheidenden Faktoren, die Zufriedenheit und Markentreue in einem Umfeld prägen, in dem die Ansprüche höher sind als je zuvor.“

Methode:

Die Daten in diesem Report basieren auf YouGov Surveys.

Die multiregionale Umfrage wurde vom 14. Februar bis zum 6. März 2025 mit 1.000 Befragten in Deutschland durchgeführt.

Analysen sind für 16 weitere Märkte verfügbar: Australien, Kanada, Dänemark, Frankreich, Großbritannien, Hongkong, Indien, Indonesien, Italien, Mexiko, Polen, Singapur, Spanien, Schweden, die USA und die Vereinigten Arabischen

Emirate.

Der Report "Retail unpacked: What Germans want from delivery and return" von YouGov (in englischer Sprache) kann unter Angabe Ihrer Kontaktdaten hier heruntergeladen werden.

YouGov
/Research Reality
Mit echten Insights werden Ideen erfolgreich.
Starten Sie jetzt Ihre eigene Umfrage
Kontakt aufnehmen ›

Abonnieren Sie den YouGov-Newsletter

Verwandte Themen

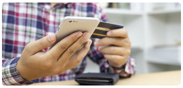
Surveys: Serviced

Verwandte Inhalte

Wie KI-gestützte Kassenbon-Erfassung Shopper-Insights optimiert

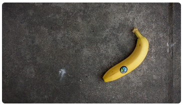
Artikel

Vom Schalter zur App: Bankfiliale verliert massiv an Bedeutung – Jeder zweite Deutsche nutzt Mobile Banking



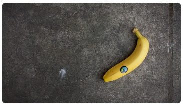
Artikel

World Fair Trade Day: Deutsche kaufen häufiger faire Bananen, aber seltener fairen Kaffee



Artikel

World Fair Trade Day: Österreicher sind Vorreiter beim Kauf von fair gehandeltem Kaffee



Artikel

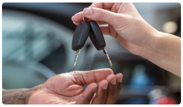
Österreichs Milchmarkt 2026: Stabilisierung mit Strukturwandel

Artikel

Alkoholkonsum im Wandel - Zwischen Tradition und neuen Erwartungen

Report

Auto rankings 2026 Switzerland: Driving brand preference



Report

“The Gap Opportunity”: Erschließung neuer Segmente mit eigenen Treibern und Dynamiken

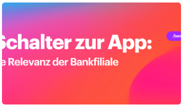
Report

Vom Schalter zur App: Die sinkende Relevanz der Bankfiliale

Weißer Spargel: Vor allem bei Älteren beliebt

Beyond Nutrition: Gesundheit ist mehr als Proteinpulver – YouGov-Analyse zeigt

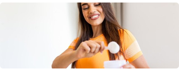
Trotz finanzieller Stabilität: Viele Deutsche halten sich mit Ausgaben und Investitionen zurück



Report

Artikel

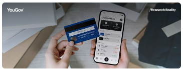
Paradigmenwechsel im Gesundheitsmarkt



Artikel

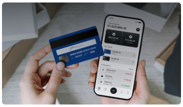
Artikel

Neuer YouGov-Report: Viele Deutsche halten finanziell Schritt – doch bei Schulden, Sparen und Investieren zeigen sich große Unterschiede



Artikel

Debt, Savings & Investment Report 2026 – Deutschland

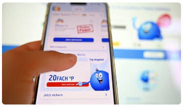


Report

Von Loyalität zu Empfehlung: Wie Treueprogramme Markenempfehler aktivieren

Artikel

Jeder zweite Deutsche ist Mitglied bei PAYBACK



Artikel

Neue YouGov-Studie: Preis dominiert weiterhin – neue Trends verändern das Einkaufsverhalten in Deutschland

Artikel

Krisen- und Inflationserfahrungen: Welche Reaktionen sind von den Shoppern zu erwarten, sollten die Preise wieder sprunghaft steigen?

Report

Iran-Konflikt verändert Konsumverhalten in Europa nachhaltig: YouGov Price Pulse als Schlüssel zur Einordnung

Artikel

Jeder zweite Deutsche macht dieses Jahr einen Frühjahrsputz

Artikel

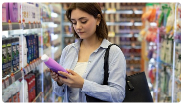
Steigende Preise bremsen Oster-Konsum +++ 40 Prozent wollen dieses Jahr weniger kaufen

Artikel

Neues Smartphone, neue Marke? Jeder zweite Käufer ist offen für einen Wechsel – KI-Funktionen gewinnen stark an Relevanz

Artikel

Nachfüllen statt neu kaufen: Refill? Ja gerne – aber bitte nicht bei der Gesichtspflege



Artikel

[On-Demand CH Webinar] Implicit Price Meter: Emotionale Preisakzeptanz sichtbar machen

Artikel

Die Stimmungsökonomie: Was Wohlbefinden für den alltäglichen Konsum bedeutet

Artikel

Zum Weltglückstag: Viele Deutsche sind persönlich zufrieden – blicken aber skeptisch auf die Entwicklung des Landes

Artikel

YouGov und Circana starten Complete Market – eine einheitliche Sicht auf Shopper- und Marktdaten

Artikel

Luxuskonsum in Deutschland: Wer sich heute noch High-End leistet, warum und wie viel

ROLEX
AKRIS

Artikel

Krisenadaption und Konsum: aus passiver Reaktion wird aktive

Instant Payments anstatt PayPal? Wie der neue EU-Standard für

Selbstmedikation nimmt zu und Massenmarkt sorgt für Umbruch: Apotheken

Clean beauty consumer spotlight

Selbststärkung

Report

Echtzeitüberweisungen bei Verbrauchern ankommt

Artikel

verlieren im rezeptfreien Segment – dm, Sunday Natural, Amazon & Co. wachsen

Artikel

Report

Echte Shopper erreichen: Nutzen Sie gemessene Kaufdaten zur Optimierung Ihrer Werbekampagnen

Artikel

40 Prozent in Deutschland sind an Olympia interessiert+++Olympia motiviert knapp jeden dritten Wintersportler zu neuer Ausrüstung+++Umsatz rückläufig

Artikel

Auf schmalem Grat: Das Marktgeschehen 2025 und die Aussichten auf 2026 für FMCG und LEH

Report

Wie Kärcher eine einheitliche weltweite Datenbasis aufgebaut hat

KÄRCHER

Case Study

Weitere laden ↻

YouGov

ÜBER YOUGOV

Das Herzstück unseres Unternehmens ist eine globale Online-Community, in der Millionen von Menschen und Tausende von politischen, kulturellen und kommerziellen Organisationen eine kontinuierliche Konversation über ihre Überzeugungen, Verhaltensweisen und Marken führen.

UNTERNEHMEN

- Impressum
- Über YouGov
- Methodik
- Unser Panel
- Unser Team
- Kontaktieren Sie uns
- Alle Produkte
- Presse

MITGLIEDER UND KUNDEN

- Panel-Mitglied werden
- Panelisten-Support
- Karriere
- Anlegerbeziehungen
- AGB
- Datenschutz
- Öffentliche datenlizenz
- Modern slavery act

Copyright © 2026 YouGov PLC. Alle Rechte vorbehalten.