

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 13. Juni 2016

Internationaler E-Commerce – eine lohnende Investition?

Wer den grenzüberschreitenden E-Commerce gut vorbereitet und an die landesspezifischen Anforderungen anpasst, kann vom internationalen Handel profitieren und die Anzahl der potentiell erreichbaren Kunden deutlich erhöhen. Dabei müssen allerdings bestimmte Aspekte beachtet werden, die von Land und Unternehmen abhängig sind. Mit einer Befragung hat das Team des E-Commerce-Leitfadens nun ermittelt, wie deutsche Online-Händler beim grenzüberschreitenden Handel vorgehen und welchen Herausforderungen sie dabei gegenüberstehen.

Aus den Ergebnissen der Studie geht hervor, dass derzeit 67 Prozent der befragten deutschen Händler aktiv ins Ausland verkaufen. Weitere 18 Prozent exportieren nicht gezielt in andere Länder, nehmen jedoch Bestellungen aus dem Ausland entgegen. Demzufolge verkaufen insgesamt 85 Prozent der Online-Händler bereits ins Ausland. Bei diesen Online-Händlern kommen 20 Prozent aller Bestellungen aus dem europäischen Ausland sowie weitere 7 Prozent außerhalb Europas. Somit ist es nicht verwunderlich, dass rund 85 Prozent der Unternehmer der These zustimmen, dass das Auslandsgeschäft immer stärker an Bedeutung gewinnt.

Allein schon wegen der kürzeren Transportwege werden vor allem die Nachbarländer Österreich (89 %), Schweiz (77 %), Niederlande (73 %) sowie Frankreich (72 %) als Geschäftspartner bevorzugt. Diese werden auch bei der Einschätzung des Zahlungsausfallsrisikos gut bewertet: Vor allem die Schweiz wird als nicht riskant eingeschätzt, dahinter folgen Österreich sowie Frankreich. Außerdem beträgt in diesen die Retourenquote vier Prozent, während in Deutschland mehr als das Dreifache zurückgesendet wird (12,9 %).

Die Studie beschäftigt sich des Weiteren mit den möglichen Problemen des grenzüberschreitenden Handels. Die rechtlichen Unsicherheiten werden dabei von circa 67 Prozent der befragten Unternehmen als die größte Schwierigkeit gesehen. Hierbei wird vor allem die oftmals fehlende Möglichkeit der Sendungsverfolgung im Ausland bemängelt. 55 Prozent empfinden stattdessen das Angebot des Kundenservices in der jeweiligen Landessprache als problematisch. Zudem werden von 48 Prozent die aufwendige Versandabwicklung und mit 38 Prozent die Übersetzung der Webseite bzw. des Artikelangebots als weitere Hindernisse angegeben.

Die Studie verdeutlicht das enorme Wachstumspotential für den grenzüberschreitenden Handel, was mit einem harten Wettbewerb einhergeht. Auch auf dem inländischen Markt ist mit wachsender Konkurrenz aus dem Ausland zu rechnen. Unternehmer sollten sich folglich überlegen, in welchen Ländern sie ihre Waren zusätzlich verkaufen könnten. Damit der internationale E-Commerce erfolgreich verläuft, sind jedoch genaue Analysen der Zielmärkte und eine sorgfältige Planung der Auslandsaktivitäten notwendig. Oftmals ist es sinnvoll, über Online-Marktplätze den ausländischen Markt zu testen, bevor man höhere Investitionen für Online-Shop und Marketing tätigt.

Die vollständige Studie „Internationaler E-Commerce“ steht kostenlos zum Download zur Verfügung unter: www.ecommerce-leitfaden.de/internationalisierung

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie auf einen Blick:

- 85 Prozent der deutschen Online-Händler verkaufen bereits ins Ausland.
- Bei Unternehmen, die grenzüberschreitend verkaufen, kommen etwa ein Viertel der Bestellungen aus dem Ausland.
- Die wichtigsten Länder für deutsche Online-Händler sind vor allem Österreich, Schweiz, Niederlande und Frankreich.
- 67 Prozent der befragten Händler sehen vor allem rechtliche Unsicherheiten als Hinderungsgrund für den grenzüberschreitenden Handel.
- Die Retourenquote im Ausland ist im Durchschnitt für ausgewählte Fokussländer mit 4,0 Prozent deutlich geringer als in Deutschland mit 12,9 Prozent.
- Um Kunden aus dem Ausland auf ihren Webshop aufmerksam zu machen, nutzen 81 Prozent der Online-Händler Suchmaschinen-Optimierung und 50 Prozent bezahlte Suchmaschinen-Werbung.

Die wichtigsten Informationen zur Studie auf einen Blick:

Titel:	Internationaler E-Commerce
Methodik:	Online-gestützte Befragung von Online-Händlern
URL:	www.ecommerce-leitfaden.de/internationalisierung

Über das Projekt „E-Commerce-Leitfaden“:

Um Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um den elektronischen Handel zu geben, hat sich ein Konsortium bestehend aus namhaften Lösungsanbietern und dem Forschungs- und Beratungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg zusammengeschlossen. 1&1, atriga, Concardis, Hermes Logistik Gruppe Deutschland, RatePAY, SHI, SIX Payment Services, SoftENGINE, Speed4Trade und xt:Commerce bündeln in diesem Projekt ihr Know-how und ihre Erfahrungen, um zusammen mit ibi research die wichtigsten Informationen für Online-Händler und solche, die es werden wollen, in einfach verständlicher und prägnanter Form zusammenzustellen.

Weitere Informationen: www.ecommerce-leitfaden.de

Über ibi research:

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut betreibt anwendungsorientierte Forschung und Beratung mit Schwerpunkt auf Innovationen rund um Finanzdienstleistungen und den Handel. ibi research arbeitet auf den Themenfeldern E-Business, IT-Governance, Internet-Vertrieb und Geschäftsprozessmanagement. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an und ist Initiator und Herausgeber des E-Commerce-Leitfadens (www.ecommerce-leitfaden.de).

Weitere Informationen: www.ibi.de

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

ibi research an der Universität Regensburg
Mira Tauscher
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901
Telefax: 0941 943-1888
E-Mail: team@ecommerce-leitfaden.de