

Internationaler Warenverkauf – Die Checkliste für Shopbetreiber

✖ Immer wieder kommen Fragen von Shopbetreibern zum Verkauf außerhalb von Deutschland. Es beginnt mit der Schweiz und Österreich, dann kommt noch eine englische Sprachvariante hinzu, weil die Shopsoftware es anbietet und schon spricht man theoretisch einen guten Teil des internationalen Marktes an. Aber ist es gar so einfach? Welche Fragen sollte man vor der Internationalisierung beantwortet haben?

1. Versandinformationen für alle Länder nennen

Ein Link zu diesen wichtigen Informationen sollte auf jeder Seite vorhanden sein – gerade wenn sich die Versandinformationen im FAQ- oder Hilfe-Bereich befinden. Als Versandinformationen sollten genannt werden:

Rückgabemöglichkeiten und -modalitäten
Erreichbarkeit Ihres Kundenservice in der jeweiligen lokalen Zeitzone
Erwartete Versanddauer
Ggf. Link zur Sendungsverfolgung / Tracking
Ggf. Garantiebedingungen und länderspezifische Besonderheiten

2. Internationale Verfügbarkeit anzeigen

Nicht alle Produkte eignen sich für den internationalen Versand. Andere sind völlig unproblematisch. Informieren Sie Ihre Besucher hierüber rechtzeitig, nicht erst kurz vor (oder sogar nach) dem Absenden des Warenkorbs.

3. Währungsrechner auf Produktseiten einbinden

Auch hier gilt: Machen Sie es Ihren Besuchern möglichst einfach, Preise und Zusatzkosten zu verstehen. Sie stehen im Wettbewerb zu einer Vielzahl an lokalen Shops, bei denen die entsprechende Währung eine Selbstverständlichkeit ist. Idealerweise kann Ihr Besucher schon auf den Produktseiten die Preise in seiner lokalen Währung sehen.

4. Gewichts- und Größenumwandlung anbieten

Viele Verbraucher kennen die Umrechnungsfaktoren z.B. von Inch nach Zentimeter nicht. Dies bremst Ihren internationalen Verkaufserfolg. Machen Sie es ausländischen Besuchern leicht und integrieren Sie Funktionen zur Gewichts- und Größenumwandlung.

5. Zustellkosten angeben

Nichts ist frustrierender für Ihre Besucher, wenn Sie sich interessante Produkte gesucht und ausgewählt haben, vielleicht sogar schon ein Konto angelegt haben und erst dann erfahren müssen, dass der zunächst attraktive Preis durch zusätzliche Preisbestandteile für Lieferung, Zoll etc. plötzlich anders aussieht. Ersparen Sie ihm diese Erfahrung, die dazu führt, dass oftmals die Bestellung nicht abgeschlossen wird. Gut geeignet ist die Berechnung im Warenkorb nach Eingabe der Adresse oder eine tabellarische Übersicht der jeweiligen länderspezifischen Versandkosten.

6. Liefergebiet einschränken

Wenn Sie Ihre Website auch in englischer Sprache anbieten und das Liefergebiet nicht explizit beschränken, müssen Sie damit rechnen, Bestellungen aus der ganzen Welt zu erhalten. Ähnlich liegt der Fall, wenn Sie in deutscher Sprache eine unbegrenzte Länderauswahl haben bzw. Versandkosten für verschiedene Länder nennen. Ein EU-weites oder weltweites Angebot kann zu Problemen führen, denn in anderen Ländern gelten andere Rechtsordnungen, die Sie beachten müssen.

Wenn Sie sich nicht mit ausländischem Wettbewerbsrecht oder abweichendem Verbrauchervertragsrecht beschäftigen wollen, sollten Sie das Liefergebiet klar begrenzen (z.B. auf der Produktseite). Auch sollte die Länderauswahl bei der Kundendatenerhebung nicht alle möglichen Länder enthalten. Wichtig: Lieferbeschränkungen, wozu auch ein begrenztes Liefergebiet gehört, müssen spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs genannt werden.

Folgende Risiken und Besonderheiten sind mit einem gezielten Vertrieb in andere Länder (sog. „aktive Website“) verbunden:

Wenn Sie keine **Rechtswahl** treffen, gilt das Recht des Landes, in dem der bestellende Verbraucher seinen Wohnsitz hat, das Sie in vielen Fällen nicht genau kennen. Dem Verbraucher kann aber auch durch eine Rechtswahl i.d.R. ein höherer nationaler Verbraucherschutzstandard nicht entzogen werden, er kann sich die jeweils günstigsten Rechte herausuchen. Der Verbraucher kann Sie bei einem gezielten Vertrieb in andere Länder immer an seinem Heimatort verklagen, denn nach Art. 17 Abs. 1 EuGVVO gilt ein **besonderer Gerichtsstand für Verbraucher**. Sie sollten also entweder das Liefergebiet begrenzen oder sich von einem Fachmann über Risiken beraten lassen und das Geschäftsmodell entsprechend gestalten.

Fazit

Sie sehen, welche Fragen bei einer Internationalisierung berührt sind. Wir wollen Sie mit diesen Informationen nicht abschrecken, sondern sensibilisieren. Gerade die Verbraucherschutz-Regelungen der jeweiligen Ländern sind weitgehend und im Detail sehr unterschiedlich.

Mit unserem Handbuch CrossBorder E-Commerce bieten wir Ihnen ein juristisches Handbuch mit Mustertexten für UK, Frankreich, Niederlande, Spanien und Italien, damit Sie auch in diese Länder rechtssicher verkaufen können. **Weitere Informationen zum Handbuch und wie Sie es kaufen können, finden Sie hier.** Selbstverständlich besteht auch die Möglichkeit einer individuellen Beratung für Ihren internationalen Online-Shop.