

Warum deutsche Online Shops ihre englischen Seiten optimieren sollten

✘ In unserem Beitrag hier im shophbetreiber-blog vom 25.08 hatten wir über die Ergebnisse einer Online-Studie berichtet. Nun lassen sich die Ergebnisse dieser Studien nicht immer direkt auf alle Bereiche des Online Handels anwenden, da hier verstärkt bestimmte Branchen analysiert werden. Doch Studien enthalten oft auch wichtige Erkenntnisse für Shopbetreiber.

Was sind nun also die Schlüsse, die sich ziehen lassen?

Nur 5 % internationale Kunden bei vielen deutschen Online-Shops

Eine neue Studie zum Thema Kaufverhalten fand heraus, dass internationale Online Kunden UK Shops bevorzugen. In der Tat ergab die Studie, dass im UK Online Handel nur 45 % der Kunden aus dem Vereinigten Königreich kommen, während von den restlichen 55 % internationalen Kunden ca. 30 % Kunden aus nicht EU-Ländern wie zum Beispiel USA und Asien waren. In Deutschland kommen weniger als 5 % der Kunden aus dem internationalen Bereich.

Sprachbarriere der Grund?

Begründet wird dies allein damit, dass Englisch eine der meistgesprochenen Sprachen der Welt ist. Jedoch hat eine große Zahl der deutschen Shops bereits eine englische Version ihrer Seite aufgebaut, um auch englischsprachigen, internationalen Kunden den Zugang zu ihrem Shop zu ermöglichen.

Nun damit ist zumindest die Sprachbarriere ausgeräumt. Was könnte aber der Grund sein, der internationale Käufer davon abhält, ihre Onlinekäufe auch in deutschen Shops zu tätigen? Etwa weil Sie diese bei einer Suche mit englischen Keywords nicht finden?

SEO auch für die englischen Versionen deutscher Shops

Die Antwort hat wahrscheinlich wie so oft mit dem Thema SEO zu tun. Die Erstellung einer englischen oder französischen Version des eigenen Shops ist nicht zuletzt auch durch die unterschiedlichen rechtlichen Gegebenheiten mit einem hohen Aufwand verbunden und es gibt auch hier die Sprachbarriere, die von Shopbetreibern überwunden werden muss.

Ist die englische Version dann online, ist aber genau wie bei der deutschen Version zunächst nur der erste Schritt getan. Um sich auch als deutscher Online-Shop die vielen internationalen Kunden nicht entgehen zu lassen, muss auch hier in die Suchmaschinenoptimierung der englischen (französischen oder spanischen) Seite investiert werden. Das bedeutet, dass man sich auch hier mit Keywords, SMO, evtl. einem fremdsprachigen Blog und anderen SEO-Themen beschäftigen muss, um seine englische Seite daraufhin zu optimieren.

Fazit

Dies mag alles einen sehr hohen Aufwand speziell für kleinere Shops darstellen, da diese oft nicht über die nötigen Personalressourcen verfügen, doch scheint gerade im internationalen Online Handel ein sehr großes Potential für die Shops zu stecken, die auch ihre englischen, französischen

oder spanischen Seiten suchmaschinenoptimiert haben.

Den ausführlichen Beitrag über den Pago Report finden Sie [hier](#).