

E-Commerce in Spanien: Jammern auf hohem Niveau

✖ Auch an Spanien steckt fest im Würgegriff der Eurokrise. Und immer mehr Online-Händler beklagen, dass auch sie langsam die Auswirkungen zu spüren bekommen. Eine Prognose für den E-Commerce-Marktes in Spanien zeigt jedoch: Der Online-Handel wächst und wächst und wächst – im zweistelligen Prozentbereich.

So entwickelt sich der E-Commerce in Spanien in den kommenden Jahren.

Die Analysten von eMarketer haben eine gute und eine schlechte Nachricht. Die schlechte zuerst: Online-Händler in Spanien müssen bis 2016 mit sinkenden Wachstumsraten rechnen. Und hier die gute: Bis 2016 steigen die Umsätze im Online-Handel beständig weiter.

2016 sollen in Spanien mit dem Online-Handel rund 25 Milliarden Euro (30,21 US-Dollar) umgesetzt werden. Davon geht eMarketer in einer **Marktprognose** aus. Für das vergangene Jahr weist eMarketer in Spanien einen Branchenumsatz in Höhe von 12,8 Milliarden Euro aus. Somit würde sich das Umsatzvolumen in nur vier Jahren verdoppeln.



Das Wachstum sinkt

Die Umsatzprognose macht klar, dass das Wachstumspotenzial in Spanien sich dem Niveau der europäischen E-Commerce-Nationen Großbritannien, Frankreich und Deutschland angeglichen hat. In Deutschland beispielsweise **wuchsen die Umsätze im Online-Handel** von 2010 zu 2011 um 18 Prozent. Bis ins Jahr 2012 weisen die Analysten ein Wachstum um die 20 Prozent pro Jahr aus. 2016 soll das Wachstum "nur noch" zehn Prozent betragen.

Also wird auch 2016 noch genügend Wachstum vorhanden sein, damit die Online-Händler in Spanien weiterhin erfolgreich wirtschaften können. In diesem Sinn: ¡Buena suerte!

Erfolgsfaktoren für Spanien

Shopbetreiber, die nun vielleicht auf den Geschmack gekommen sind, sollten natürlich auch die Wünsche und Bedürfnisse der Spanier beim Online-Shopping kennen.

Denn über 80 Prozent der Verbraucher legen einen sehr hohen Sicherheitsstandard an die Online-Shops an. Damit ist nicht nur technische Sicherheit gemeint. Auch Transparenz beim Datenschutz und der Angebotspräsentation sind ausschlaggebend für die Wahl eines Online-Shops. Punkten können Shopbetreiber, wenn sie ihren spanischen Kunden eine **Geld-zurück-Garantie** anbieten – das geben 85 Prozent der Verbraucher als wichtiges Kriterium an – und ihren Shop durch ein anerkanntes Gütesiegel zertifizieren lassen (71 Prozent).

Diese Erfolgsfaktoren hat das Marktforschungsinstitut Infas durch eine Befragung von mehr als 5.000 Online-Nutzern in Deutschland, Frankreich, UK, Spanien und Polen identifiziert.