

Aktuelle Kennzahlen zum polnischen E-Commerce

✖ Polen, obwohl ein direktes Nachbarland und seit vielen Jahren mit einer hochwertigen Transport-Infrastruktur versehen, steht bei vielen Shopbetreibern nicht an oberster Stelle, wenn es um den Gang ins Ausland geht. Dabei sind die Wachstumszahlen im polnischen E-Commerce sehr vielversprechend.

Der polnische Markt in Zahlen.

Das Hamburger Marktforschungsunternehmen yStats.com stellt in seinem Bericht "Poland B2C E-Commerce Report 2012" Informationen über den Online-Handel in Polen zusammen. In dem Bericht werden neben Online-Umsätzen auch Trends, beliebte Produktkategorien und Anteile des Online-Handels am gesamten Einzelhandel sowie Informationen zu wichtigen Online-Händlern genannt.

2011 haben ein Drittel der Polen Güter und Dienstleistungen für den persönlichen Gebrauch im Internet bestellt. Damit lag unser östlicher Nachbar etwas unter dem europäischen Durchschnitt von etwa 40 Prozent. Allerdings ist der mobile Online-Handel in Polen im Jahr 2011 im Vergleich zum Vorjahr um mehr als das Siebenfache gewachsen. Die Anzahl mobiler Online-Bestellungen wächst stark, genau wie der Umsatz aus dem mobilen Handel.

Mode und CE boomen

Für den Online-Handel in Polen wurde für 2012 ein Umsatzwachstum in Höhe von etwa 25 Prozent prognostiziert. Die meistgekauften Produkte im Online-Handel in Polen waren im Juni 2012: Kleidung/Schuhe, gefolgt von Haushaltsgeräten/ Verbraucherelektronik/digitalen Medien.

Die am meisten angebotenen Produktkategorien waren hingegen Heim/Garten, gefolgt von Sport/Hobby und Kleidung/Schuhe. Der Online-Handel machte 2011 in Polen etwa drei Prozent des gesamten Einzelhandels aus, mehr als in Italien (ca. ein Prozent) aber deutlich weniger als in Großbritannien (mehr als zehn Prozent).

Um die Waren zu bezahlen wurde die Banküberweisung am häufigsten angeboten, gefolgt von der Bezahlung per Rechnung. Als Online-Bezahlmethode lag PayU S.A. vor dem polnischen PayPal. Die Waren erreichten die Internetnutzer schließlich per Kurier oder durch Selbstabholung.

Groupon ist fast so beliebt wie Allegro

Besonders gerne nutzten die Polen 2011 Preisvergleichsseiten, auch mit Nutzerbewertungen. Am liebsten besuchen die Internetnutzer die Shoppingseite des Generalisten Allegro.pl, gefolgt von Groupon.pl. Auch in Bezug auf den Umsatz war Allegro.pl 2011 die führende Seite im polnischen Onlinehandel, die in Polen 40 Millionen Nutzer hat und den jährlichen Umsatz im April 2012 um mehr als 50 Prozent im Vergleich zum Vorjahr steigern konnte.

Groupon plante Ende 2012, in Polen personalisierte Newsletter, so genannte Smart Deals, zu versenden und den Kundenservice auszuweiten. Auch andere Anbieter profitieren vom Online-Handel. Auf Neo24.pl, einem Online-Shop für Computer und Elektronik, waren die meistbestellten Produkte TV und Verbraucherelektronik, auf Merlin.pl wurden über 200,000 Produkte angeboten. Die Seite hat eine Million registrierte Nutzer.