Grenzüberschreitender Handel im E-Commerce – verbesserungswürdig?

Der Einkauf im Internet boomt in Europa. Dennoch kauft die Mehrheit der Verbraucher bei Online-Shops im eigenen Land. Wie ein erfolgreicher grenzüberschreitender Handel aussehen soll und welche Hürden noch zu überwinden sind, zeigt eine INTERREG Studie am Beispiel des Gebietes rund um den Oberrhein. Wir haben die wichtigsten Punkte zusammengefasst und möchten einen kurzen Überblick über die Ergebnisse der Studie bieten.

Die aktuelle Situation

Per Mausklick Spezialitäten aus anderen Ländern zu ordern, aus einem größeren Sortiment zu wählen und das günstigste Preis-Leistungsverhältnis zu finden, ohne große Unbequemlichkeiten auf sich zu nehmen und das rund um die Uhr, alles Vorteile des grenzüberschreitenden Online-Handels. Trotzdem ergab die INTERREG Studie, dass beispielsweise in Deutschland nur 9% bei einem ausländischen Online-Händler kaufen, während 63% einen deutschen Online-Shop für Einkäufe nutzen. Diese Zahlen zeigen die geringe Performance des grenzüberschreitenden Online-Handels bis dato.

Die Hürden des grenzüberschreitenden E-Commerce

Sprachliche und kulturelle Unterschiede

Verständigungsschwierigkeiten können eine große Unsicherheit beim Einkauf im Internet auslösen. Zwar sind einige Webseiten schon in anderen Sprachen verfügbar, aber der Service vor und nach einer Bestellung (Kundenservice, Umgang mit Beschwerden etc.) gestaltet sich oft schwierig. Den Ergebnissen zufolge ist das sprachliche Angebot der Webseiten einer der Schwachpunkte. Mehrsprachigkeit ist aus Sicht der Händler noch kein Differenzierungsmerkmal.

Unsicherheiten bezüglich Produktmerkmalen und Sicherheitsbedenken

Das Austesten von Produkten entfällt beim Einkauf über das Internet. Detaillierte Produktbeschreibungen oder Zoom-Bilder können hier Abhilfe schaffen. Der Vorteil eines zusätzlichen stationären Geschäfts ist die Möglichkeit vorab im Laden einzukaufen und sich einen Eindruck zu verschaffen. Anschließend können regelmäßige Einkäufe über das Internet getätigt werden. Durch genaue Angaben und Informationen kann zudem Unsicherheiten über Inkompatibilitäten der Produkte mit den technischen Gegebenheiten im anderen Land vorgebeugt werden. (z.B. andere Steckdosen und Anschlüsse)

Ferner haben Verbraucher des Öfteren Bedenken bezüglich der Sicherheit ihrer Daten. Das betrifft insbesondere den grenzüberschreitenden Handel, da dort der Datenschutz, auf Grund unterschiedlicher rechtlicher Standards, noch komplexer ist. Es ist Aufgabe seriöser Händler einen sicheren Umgang mit den Kundendaten zu garantieren und sichere Zahlungsmöglichkeiten, die dem Verbraucher bestenfalls aus seinem Heimatland bekannt sind, anzubieten. Da der E-Commerce einem ständigen Wandel unterliegt, ist es zwingend notwendig das Sicherheitskonzept eines Online-Shops beständig weiterzuentwickeln. Zusätzlich wird als vertrauensbildende Maßnahme eine Zertifizierung des Online-Shops durch ein Gütesiegel empfohlen. Darüber hinaus wird die Einrichtung von grenzüberschreitenden Foren angesprochen. Diese könnten Verbrauchern und Händlern die Möglichkeit bieten sich auszutauschen und dabei helfen Sprachbarrieren abzubauen.

Warenversand und lange Lieferzeiten

Mit einer der bedeutendsten Gründe warum Kunden den Online-Handel im Ausland meiden sind Befürchtungen bezüglich langer Lieferzeiten, beschädigter Lieferung oder Untergang der Waren. Das betrifft vor allem kleinere Unternehmen, die nicht über ihre Landesgrenzen hinaus bekannt sind. Oft haben die Händler kaum Einfluss auf die Lieferzeiten, da die Waren in den Verantwortungsbereich Dritter übergeben wurden. Es wird Verbrauchern empfohlen an Depotadressen nahe der Grenze im anderen Land liefern zu lassen und die Produkte von dort abzuholen. Den Händlern obliegt es ebenso mit Transportdienstleitern zu kooperieren, die auf den

grenzüberschreitenden Handel abgestimmte Lösungen anbieten. Klare Angaben zu Lieferzeiten und Versandkosten sind überdies unerlässlich.

Rechtliche Unsicherheiten

Auch die Händler scheinen Bedenken zu haben, was den grenzüberschreitenden Handel angeht. Oftmals befürchten sie das Ausbleiben von Zahlungen, Betrug, zusätzliche Kosten und kennen sich mit den rechtlichen Gegebenheiten in anderen Ländern nicht aus. Bezüglich der rechtlichen Unterschiede in den einzelnen europäischen Ländern bringt die Verbraucherrechterichtlinie ab Juni 2014 einige Angleichungen.

Lösungsansätze

Weiterentwicklung

Um den grenzüberschreitenden Handel weiter zu fördern, ist Kreativität gefragt. Händler können dazu beitragen, indem sie neue Konzepte entwickeln. Die verstärkte Konzentration auf bestimmte Zielgruppen wird empfohlen. Beispielsweise könnten über- 65- Jährige von den Annehmlichkeiten des Kaufs im Internet von zuhause aus stark profitieren. Zudem könnten substanzielle Preisunterschiede offeriert werden, um mehr Anreize für einen Einkauf in einem anderen Land zu setzen.

Optimierung der Webseiten

Die Studie empfiehlt den Shop grundsätzlich in mind. zwei Sprachen darzustellen, um Verbrauchern leicht verständliche Informationen zu dem Produkt oder der Dienstleistung, den Liefer- und Zahlungsbedingungen zu bieten.

Informationen an Verbraucher und Schulungen der Händler

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Information der Verbraucher, wie auch der Händler, um gegenseitige Bedenken zu beseitigen. Darüber hinaus wird die Schaffung von außergerichtlichen Möglichkeiten zur Streitbeilegung empfohlen.

Chancen des grenzüberschreitenden Online-Handels

Gemäß dem Ergebnis der Studie besteht noch viel unausgeschöpftes Potential für den grenzüberschreitenden Online-Handel in Europa. Diesbezüglich besteht vor allem Optimierungsbedarf in Bezug auf die Logistik, einer der Hauptgründe warum Verbraucher den Online-Kauf im Ausland vermeiden. In Kombination mit mehr Investitionen in die Sicherheit von Onlineshops und vertrauensbildenden Maßnahmen, sowie besserer Kenntnis der Verbraucher und Händler ihrer Rechte und der Gegebenheiten im Online-Handel, kann sich dieser Bereich in den kommenden Jahren erfolgreich weiterentwickeln.

Hintergrund des Projektes

Die Studie „zu den Merkmalen und Potenzialen des Online- Handels am Oberrhein“ ist ein Teil des Projekts „IT2RHINE 2020 E-Commerce“, das darauf abzielt die Grenzregion Oberrhein wirtschaftlich zu fördern und zu verbinden. Dabei folgt es dem Aktionsplan der EU-Kommission mit dem Ziel den digitalen Binnenmarkt zu stärken. Die Projektpartner, darunter u.A. die IHK der Region Elsass und das Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V, zeigen in ihrer Studie auf, wieso das Potential des grenzüberschreitenden Handels noch nicht ausgeschöpft ist und bieten Lösungsvorschläge. Dabei wendet sich die Studie so gut wie an alle Akteure des E-Commerce.

Der Volltext der Studie kann kostenlos auf Deutsch und Französisch abgerufen werden.