

Internationalisierung geplant?

Beginnen Sie mit UK!

Der britische E-Commerce Markt gehört zu den stärksten Märkten in der EU. Als Mitglied der EU gelten in UK grundsätzlich dieselben Regeln im E-Commerce wie in Deutschland, da diese meist auf EU-Richtlinien beruhen. Außer den grundsätzlich harmonisierten rechtlichen Rahmenbedingungen, weisen beide Märkte im Hinblick auf ihre Marktentwicklung Gemeinsamkeiten auf, welche die Attraktivität des britischen Marktes für deutsche Händler steigert.

5 Gründe, warum es sich lohnt nach UK zu verkaufen

1. Sprachhürde ist nicht so hoch

Englisch hat sich als Weltsprache etabliert.

Natürlich ist Schulenglisch nicht unbedingt ausreichend, um eine wettbewerbsfähige englische Website zu gestalten. Dennoch bietet sich eine englische Website im ersten Internationalisierungsschritt an. Es gibt viele Anbieter in Deutschland, die bei der Gestaltung von englischen Texten unterstützen können, für die weitere Abwicklung wird Ihr Englisch bestimmt reichen.

Mit Englisch können Sie eine große Zielgruppe erreichen, denn auch für ausländische Verbraucher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie mit Englisch zurechtkommen, größer als mit Deutsch. Zudem erwarten Briten kein perfektes Englisch. Sie sind verschiedene Dialekte und Akzente gewohnt, daher keine Hemmung beim Sprechen mit Kunden.

2. Rechtsverfolgungsdruck ist gering

In Deutschland ist die Abmahnung eine der größten Ängste des Händlers. Hinzu kommt, dass relativ wenig rechtliche Unsicherheit herrscht, da viele Fälle vor Gericht gebracht werden und schnell entschieden werden. In UK hingegen ist dies anders. Selten werden E-Commerce-relevante Streitigkeiten vor Gericht gebracht, entsprechend wenig Rechtsprechung liegt vor.

Dies stört die dortigen Händler jedoch nicht. Anders als hierzulande sind die Briten „lockerer“ im Umgang mit rechtlichen Vorschriften. Es geht mehr um „the spirit of law“, also das, worauf eine Vorschrift abzielt, als um den eng gesehenen Wortlaut. Behörden agieren im Allgemeinen nach einem „erzieherischen“ Ansatz als nach dem Ansatz der Strafverfolgung.

Für den Händler bedeutet dies, dass er meist die Möglichkeit hat, sich zu erklären oder Maßnahmen einzuführen, mit denen er auf die Beanstandung einer Regulierungsbehörde reagieren kann. Verschiedene Leitfäden des [Trading Standards Institute](#) oder anderer Behörden helfen dabei, Shops rechtskonform zu gestalten.

3. Deutsche Qualität wird wertgeschätzt

Trotz VW, deutsche Qualität ist im Ausland weiterhin geschätzt. Qualitätsprodukte sind im Inland gleichermaßen gefragt, wie im Ausland. Nischenprodukte, die britische Verbraucher beispielsweise aus dem Urlaub in Deutschland kennen oder die in Handarbeit hierzulande hergestellt werden, stoßen meist auf Interesse im Ausland. Der Verkauf von solche Produkten, die nur in deutschen Online-Shops zu erwerben sind, bieten Ihnen einen klaren Wettbewerbsvorteil.

4. Kreditkartenzahlung ist Nr.1

Das meist genutzte und [beliebteste Zahlungsmittel](#) in UK ist die Kreditkarte. Als Deutscher Händler

sollten Sie diese Zahlungsart in jedem Fall anbieten, wenn Sie nach UK verkaufen wollen. Ein Shop ohne die Möglichkeit per Kreditkarte zu zahlen wäre für britische Verbraucher suspekt. Der Vorteil der Kreditkartenzahlung ist das geringe Zahlungsausfallrisiko für Sie als Händler.

Eine rasche Abwicklung kann erfolgen, was wiederum der Erwartung des Käufers entspricht, der seine Waren so schnell wie möglich erhalten möchte. Mögliche Transaktionsgebühren können dem Käufer auferlegt werden. Beachten Sie, dass die EU-weit harmonisierten Verbrauchervorschriften dies jedoch nur zulassen in Höhe der tatsächlich angefallenen Kosten.

5. Märkte ähneln sich

Am meisten Online wird Bekleidung gekauft, am wenigsten frische Lebensmittel.

Eine Studie der Royal Mail zeigt, dass die Verteilung der online am stärksten vertretenen Branchen in UK denen in Deutschland ähnelt. Für Ihre Waren wird es in UK einen Abnehmer-Markt geben, wenn es diesen auch in Deutschland gibt.



Aufgrund des gleichen Entwicklungsstandes der Märkte, bedarf es Ihrerseits keiner extra Erklärung der Funktionsweise des E-Commerces. Wohlgleich lässt sich tendenziell sagen, dass britische Verbraucher weniger auf Ihre Rechte beharren als deutsche Verbraucher. Wenn Sie sich also rechtskonform verhalten, und da liegen Sie mit dem deutschen Standard gut im Rennen, sind keine zusätzlichen Probleme diesbezüglich zu erwarten.

Tipp zum Umgang mit britischen Verbrauchern

Britische Verbraucher legen hohen Wert auf Kundenservice. Diesem können Sie als deutscher Händler gerecht werden, wenn Sie in der Kommunikation zwei einfache Dinge beachten:

1. Verpacken Sie negative Aussagen positiv und sagen Sie nicht einfach: „Nein, das geht nicht.“ Im Allgemeinen nutzen Briten in der Kommunikation viele Floskeln, beginnen Gespräche gern auch mit Smalltalk wie „how are you doing?“ und sind vorsichtiger in der Ausdrucksweise, wenn es darum geht zu sagen, dass etwas nicht geht oder einem nicht gefällt. Bieten Sie Lösungen an, statt dem Käufer das Gefühl einer reinen Prozessabwicklung zu geben.

2. Reagieren Sie möglichst schnell auf Anfragen, britische Verbraucher sind kurze Reaktionszeiten gewohnt. Dies spart Ihnen die kurz aufeinander folgenden Anfragen über verschiedene Kommunikationskanäle und Ihren Kunden die Unzufriedenheit beim Einkauf.

Sie wollen den Schritt nach UK wagen? [Kontaktieren Sie uns](#), wir unterstützen Sie gerne.