

Internationalisierung: Organisation der Lieferung nach Italien

Die rechtzeitige und reibungslose Lieferung eines Produktes zum Endkunden ist für Onlinehändler ein wesentlicher Punkt ihrer Strategie zum Erfolg. Bei der Internationalisierung eines Shops kann die Lieferung sogar entscheidend sein. Welche Aspekte muss man berücksichtigen und welche Strategien kann man verwenden, wenn man die ersten Schritte auf dem italienischen Markt tätigt?

Internationalisierung: Lieferung als Schlüsselfaktor

Knappe Lieferzeiten und geringe Lieferkosten sind sehr wichtig, um auch im Ausland wettbewerbsfähig zu bleiben. Eine der wichtigsten Fragen bei der Internationalisierung eines Shops betrifft in der Tat die Lieferung.

Die neuen potentiellen Kunden erwarten von dem Shop zumindest die gleichen Standards wie von italienischen Wettbewerbern und nur durch eine ausführliche Planung der Internationalisierung können sie zufriedengestellt werden.

Sicherlich muss die Lieferstrategie an die konkreten Umstände angepasst werden: Wird die Lieferung direkt für ganz Italien angeboten oder werden erst nur einige Regionen befahren? Wird von Deutschland aus geliefert oder wird eine Niederlassung in Italien gegründet?

Händler müssen sich diese und weitere konkrete Fragen stellen, um den Einstieg in den italienischen Markt möglichst reibungslos zu vollziehen. Eine Analyse des Zielmarkts ist unabdingbar: Je mehr man sich mit den Besonderheiten und Schwierigkeiten der Lieferung in Italien vertraut macht, desto besser ist man auf die kommenden Herausforderungen vorbereitet.

Konkret zu beachtende Aspekte

Hier eine Auflistung der wichtigsten Aspekte, die man bei der Internationalisierung zum Thema Lieferung beachten sollte:

(Eventuelle) steuerrechtliche und verwaltungsrechtliche Pflichten und die damit verbundenen Kosten: Die Lieferorganisation hängt in erster Linie von der Frage ab, ob man vorhat, eine Niederlassung in Italien zu gründen. Der Vorteil schnellerer Lieferzeiten im Fall einer Niederlassung ist klar, aber ebenso klar müssen auch die Pflichten sein, die man bei der Gründung einer Niederlassung eingeht.

Erreichbarkeit bestimmter Orte: Italien offenbart aufgrund seiner geographischen Struktur zahlreiche Schwierigkeiten beim Thema Lieferung. Von den Alpen bis in den tiefsten Süden erstreckt sich Italien über etwa 1200 Km. Dazu kommen entlegene Gebiete und Inseln, deren Belieferung den ohnehin schon schwierigen Alltag der Lieferanten weiter erschwert. In der Regel reicht eine einzige Niederlassung im Norden gar nicht aus, um schnelle Lieferzeiten für ganz Italien zu gewährleisten. Dies ist allerdings ein Problem, das jeder Onlinehändler in Italien hat, auch Wettbewerber.

Wettbewerbsfähige Lieferzeiten: Dieser Aspekt hängt sehr eng mit dem vorherigen zusammen. Schnelle Lieferzeiten sind in jedem Land für den Verbraucher sehr wichtig, aber häufig ist es nahezu unmöglich, knappe Lieferzeiten anzubieten. Auch in Italien ist die Einhaltung der Lieferzeiten, die im Shop angegeben sind, eine Pflicht.

Lieferoptionen: Kostenlose Lieferungen, Lieferungen auf Termine oder Lieferungen an alternative Adressen werden immer beliebter. Dies muss auch in der Strategie des Markteintritts berücksichtigt

werden.

Lieferstrategien in Italien: Vor- und Nachteile

Für jeden der oben aufgelisteten Aspekte gibt es verschiedene Strategien, die jeweils Vor- und Nachteile für den Onlinehändler haben.

a) Niederlassung oder keine Niederlassung?

Händler können, insbesondere am Anfang, noch von Deutschland aus liefern. Diese Lösung hat natürlich viele Vorteile. Die typischen organisatorischen Probleme der Lieferung im Ausland mit neuen unbekanntem Lieferpartnern, Kosten für Niederlassung und Lager, Sprachbarrieren mit den Lieferanten usw. können so vermieden werden.

Diese Strategie kann sicherlich passend sein, wenn die Kosten der Internationalisierung minimal gehalten werden müssen. Natürlich können dann die nördlichen Regionen einfacher beliefert werden als der Rest Italiens. Das muss ebenso in den Lieferinformationen im Shop berücksichtigt werden. Die Lieferzeiten können z.B. in verschiedene Zonen aufgeteilt werden, wobei es sich anbietet, einige schwer erreichbare Regionen (z.B. bestimmte Inseln oder abgelegene Gebiete) von der Lieferung auszuschließen. Wichtig ist, dass die Informationen klar und transparent im Onlineshop dargestellt werden und dass die eventuellen Lieferbeschränkungen auch im Bestellprozess berücksichtigt werden.

Diese Entscheidung würde aber auch viele Nachteile mit sich bringen. Die Ersparnis bei den Kosten der Internationalisierung wäre lediglich kurzfristig. Im Ergebnis wären die Lieferkosten von Deutschland nach Italien durchschnittlich höher, als wenn man mit einheimischen Lieferpartnern von Italien aus liefern würde. Außerdem können einige italienische Lieferanten bestimmte Regionen besser erreichen, und somit schnellere Lieferzeiten anbieten und größere Liefergebiete abdecken. Wer ein dauerhaftes Geschäft in Italien gründen will, muss am Anfang also mit höheren Kosten bei der Internationalisierung rechnen.

b) Dropshipping

Eine andere mögliche Option ist das Dropshipping. Für Händler, die keine selbst hergestellten Produkte anbieten, sondern die Produkte anderer Hersteller weiterverkaufen, kann das Dropshipping eine Lösung sein, um die Kosten der Lieferung gering zu halten. Mit dem Dropshipping fallen nämlich die Mietkosten für Lagerstätten komplett weg, da die Bestellung der Waren direkt an den Hersteller weitergeleitet wird und dieser von seinem eigenen Lager die Ware zum Endkunden versendet.

Obwohl die Kosten für die Organisation der Lieferung wesentlich reduziert sind, zeigt das Dropshipping andere Probleme. Die Überwachung des Standes der Lieferung, die Verwaltung der Bestellungen und der eventuellen Wiederrufe könnte mit diesem Modell durch die Präsenz eines Dritts erschwert werden. Außerdem würde die konkrete Organisation und somit auch die Qualität der Leistung außerhalb der Machtsphäre des Händlers liegen.

Noch unklar ist, ob die Information über diese Liefermodalität zwingend im Shop enthalten sein muss, aber auf der Basis der Rechtsprechung und Entscheidungen der italienischen Wettbewerbsbehörde scheint es sehr ratsam zu sein, darüber im Shop explizit zu informieren.

Fazit

Die Organisation der Lieferung im Ausland erfolgt Schritt für Schritt anhand der Entwicklung des Shops auf dem neuen Zielmarkt. Durch eine Niederlassung in Italien entstehen verschiedene Kosten und Pflichten, die für kleinere Händler in einigen Fällen sicher zu groß sein werden. Auf der anderen Seite kann man aber von einer Niederlassung aus verschiedene Regionen besser erreichen und eine schnellere und günstigere Lieferung anbieten. Händler müssen die Internationalisierung gründlich planen und die Kosten der verschiedenen Optionen aus kurz- und langfristiger Perspektive berücksichtigen. Wichtig ist auch, dass die Lieferinformationen im Shop mit den konkreten Lieferzeiten und Liefergebieten übereinstimmen und dass über besondere Liefermodalitäten (wie

z.B. Dropshipping) informiert wird. Wenn Sie zum Thema weitere Unterstützung brauchen, **beraten wir Sie natürlich gern.**