

Studie: Das verlangen Spanier von Online-Händlern

Der wachsende spanische Markt bietet zahlreiche Möglichkeiten für deutsche Online-Händler. Um im Markt zu bestehen, ist notwendig, sich über die potentiellen Kunden ausführlich zu informieren. Trusted Shops hat eine Studie über den E-Commerce in Spanien durchgeführt, um herauszufinden, was spanische Kunden von einem Online-Shop verlangen.

Studie zum Kaufverhalten in Spanien

Der Bericht basiert auf einer im Auftrag von Trusted Shops von der Agentur Alpha Research durchgeführten Umfrage im Mai 2016.

Befragt wurden 1.500 zufällig ausgewählte Frauen und Männer zwischen 18 und 65 Jahre, die mindestens einmal pro Jahr online einkaufen.

Hauptkriterium: Preis

Die Teilnehmer wurden befragt, welche Kriterien sie beim Online-Kauf am wichtigsten finden.

Dabei nannten 93,8 % der Teilnehmer den Produktpreis als sehr wichtiges Kriterium. An zweiter Stelle wurde die Sicherheit genannt (92,8 %).

Auch die Zuverlässigkeit des Unternehmers (90,2 %), das Angebot eines Käuferschutzes (89,7 %) sowie die kostenlose Lieferung (88,5 %) wurden jeweils als sehr wichtig empfunden.

Es folgten die Anzeige eines Gütesiegeln, die Möglichkeiten, Bewertungen zu sehen und abzugeben sowie die Auswahl an Zahlungsarten.

Kaufverhalten

36,3 % der Befragten kauften zwischen ein oder zwei mal pro Monat online ein.

Die meistgekauften Produkten im Internet sind Reisedienstleistungen mit 61,5 %, gefolgt von technologischen Produkten (51,5 %). Erst danach kommen Mode und Zubehör mit 50 % sowie Tickets zu Veranstaltungen mit 47,3 %. Die wenigst gekauften Produkten dagegen sind Nahrungsmittel und Gesundheitsprodukte (14,6 %).

Das Kaufverhalten unterscheidet sich je nach Geschlecht: Männer bevorzugten technologischen Produkten (66,4 % im Vergleich zu 36 % bei Frauen) und Frauen Mode (62,5 % im Vergleich zu 37,9 % bei Männern). Zudem waren auch Frauen diejenigen, die am häufigsten Tickets für Events (53 % im Vergleich zu 45,8 % bei Männern) kauften.

Probleme bei der Lieferung

Die Teilnehmer wurden auch darüber befragt, ob sie Probleme bei Online-Bestellungen erlebt haben: 61,7 % hatten zumindest einmal Probleme bei ihren Bestellungen erlebt, 38,3 % dagegen hatten keine negativen Erfahrungen gemacht.

Die Ursachen dieser Probleme bezogen sich überwiegend auf die Lieferung. An erster Stelle stand die Nichteinhaltung der Lieferfrist: 72,1 % der Befragten hatten zumindest einmal erlebt, dass die im Online-Shop angegebene Lieferfrist nicht eingehalten wurde. Auf Platz zwei stand die

Lieferung anderer Produkte als die tatsächlich vom Käufer bestellt wurden (29,3 %). An dritter Stelle kam die Nichtlieferung der Ware trotz Eingang der Zahlung (26,2 %).

Ein häufig auftretende Problem bezog sich auf den Kundenservice: Die Nachrichten des Kunden wurden falsch oder zu spät beantwortet (25,6 %). Die Retourenabwicklung erwies sich auch als problematisch und zwar bei 8,6 % der Befragten.

Fazit

Der spanische Markt bietet Möglichkeiten für deutsche Online-Händler, die die Bedürfnisse und Kaufverhalten der spanischen Verbrauchern gut kennen und sie gezielt bedienen. Anhand der Erkenntnisse der Studie ist ein guter Preis im spanischen Markt sehr wichtig, aber auch die vermittelte Sicherheit und Zuverlässigkeit eines Online-Händlers sind entscheidend bei dem Abschluss einer Bestellung.

Wir helfen Ihnen gerne bei der Internationalisierung Ihres Online-Shops. (rg)

Bildquelle: Lukasz Stefanski/shutterstock.com

[hubspotform whitepaper="true" title="Gratis Whitepaper-Download 'Der internationale Online-Shop'" image_path="http://shopbetreiber-blog.de/wp-content/uploads/2016/10/shutterstock_105520049_300x200.jpg" image_text="Unsere Experten Madeleine Pilous und Frieder Schelle haben die wichtigsten rechtlichen Fragen zum Cross-Border E-Commerce beantwortet: Welches Recht gilt bei Verkäufen ins Ausland? Das deutsche Recht oder das des Ziellandes? Wo unterscheidet sich das Recht in der EU? Was bedeutet das für AGB und Datenschutz?" copy_text="" portal_id="603347" form_id="a9f3c307-0128-47ac-88c4-e7c2febb4c8a" css=""]