Polen: M-Commerce spielt immer größere Rolle

Smartphones und Tablets sind treibende Kraft hinter dem europäischen E-Commerce-Wachstum. Auch in Polen gewinnt M-Commerce immer mehr an Bedeutung und am Anteil am E-Commerce-Umsatz. Im Jahre 2015 lag dieser bei 13,9% und im ersten Quartal 2016 schon bei etwa 18%.

Entwicklung von Mobile Shopping

Zwar entwickelt sich das Mobile Shopping in Polen noch, die jährlichen Wachstumsraten sind dort jedoch eine der höchsten in Europa. Laut der Untersuchung „Finanzporträt der Polen 2015. Pläne für 2016″ der Deutschen Bank Polska haben etwa 60% der Polen ein Smartphone und 30% ein Tablet.

Dank der technologischen Entwicklung können die Online-Einkäufe heutzutage unterwegs im Bus oder Zug gemacht werden. Die Forschungsergebnisse zeigen, dass dies insbesondere bei den jungen Leuten in Polen eine immer häufiger verwendete Einkaufsmethode ist.

Etwa 35% aller Smartphone- oder Tablet-Nutzer haben 2015 vom ihren elektronischen Gerät aus im Internet mindestens ein Produkt oder eine Dienstleistung erworben. Die Tendenz steigt jedes Jahr. Leichter Zugang zu neuen Technologien, Komfort, Zeitersparnis und oftmals niedrigere Kosten veranlassen immer mehr Polen im Internet einzukaufen – auch vom Smartphone- oder Tablet aus. Die junge Generation fängt damit immer früher an, die ältere entdeckt neue Möglichkeiten.

Multichannel-Einkäufe

Besonders bei teuren Produkten ist immer öfter folgendes Einkaufsszenario zu beobachten: Der Verbraucher informiert sich über einen Artikel im stationären Handel, scannt den Bar- oder QR-Code des Produktes und sucht nach diesem Produkt bei Preisvergleichsportalen online. Anschließend kauft er bei einem Internethändler, weil dort der Preis günstiger ist.

Shop-Optimierung ist Schlüsselfaktor

Wer das große Potenzial von M-Commerce nutzen und damit ein entsprechendes Umsatzwachstum erreichen will, sollte darauf achten, dass die Waren mobil ebenso übersichtlich präsentiert werden, wie in der Desktopvariante des Online-Shops.

Viele Shops gehen sogar einen Schritt weiter und stellen Shopping-Apps zur Verfügung auch. Es ist eine gute Lösung um Bestandskunden noch stärker an sich zu binden.

Fazit

Angesichts der hohen Wachstumsraten sind mobile Absatzkanäle für den polnischen Zielmarkt sehr perspektivisch und empfehlenswert. Von der Entwicklung und immer größerer Popularität des aufblühenden Mobile Commerce werden zukünftig besonders diejenigen Händler profitieren, die ihren Online-Shop vorab – noch vor der richtigen Boom-Phase- für mobile Geräte optimiert haben.

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

Bildquelle: ruskpp/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_30

0x200.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=””]