

Verkaufen nach Italien: Richtig aufs Weihnachtsgeschäft vorbereiten

Weihnachten ist für viele Online-Händler eine entscheidende Jahreszeit, um einen Großteil des Jahresumsatzes zu erzielen, neue Kunden zu akquirieren und um ihre Produkten bekannter zu machen. Dahinter stecken viele strategische Entscheidungen, die aber immer unter Abwägungen der rechtlichen Gegebenheiten getroffen werden sollten.

Kaufverhalten zu Weihnachten

Genau wie in Deutschland sind Oktober, November und Anfang Dezember spannende Monate für den Online-Handel in Italien. 2014 wurden im letzten Quartal 23 Millionen Einkäufe abgeschlossen.

Im Oktober konzentrieren sich Verbraucher fast ausschließlich auf die Recherche ihrer Weihnachtsgeschenke, ohne große Einkäufe abzuschließen. Dies führt zu gesteigertem Traffic im Online-Shop, auf die Verkaufszahlen wirkt es sich weniger aus. November und Dezember sind dagegen Monate, in denen Händler eine deutliche Steigerung der Konversionsrate im Shop verbuchen können. Dieser Trend endet normalerweise in den meisten Shops um den 21. Dezember herum. Danach lassen sich rechtzeitige Lieferungen zu Weihnachten nicht mehr realisieren. Lediglich Shops, die eine Abholung im Ladengeschäft anbieten, verzeichnen noch Einkäufe.

Branchen, die traditionell mehr von dieser Zeit profitieren, sind Video Spiele, die High Tech und Bücher Branchen.

Vorbereitung auf Weihnachten

Zu Weihnachten müssen Webseiten in der Regel mehr Traffic Stand halten. Sicherheitsmaßnahmen gegen Hacker und Betrüger müssen überprüft und verschärft werden.

Lieferung und Kundenservice sind im Weihnachtsgeschäft besonders entscheidend. Nur wer in diesem Bereichen überzeugt, kann einen bleibenden guten Eindruck bei Kunden hinterlassen. Wem das gelingt, der erhöht die Wahrscheinlichkeit Kunden zur Rückkehr in den Shop zu motivieren.

Es ist deswegen sehr empfohlen, zusätzliche Lieferanten zu Hochzeiten zu beauftragen, um sicherzustellen, dass alle Lieferungen rechtzeitig ankommen. Gerade an Weihnachten ist da unabdingbar.

Auch die Sprachbarriere sollt nicht unterschätzt werden. Ein guter italienischsprachiger Kundenservice ist wesentlich, um die Konversionsrate im Shop zu steigern.

Wer das Potenzial seines Online-Shops in Italien ausnutzen will, sollte außerdem auf die häufigsten rechtlichen Stolpersteine aufpassen.

Rechtliche Stolpersteine

Mehr Traffic im Shop bedeutet auch mehr Kontrolle durch Behörden. Ohne ausreichend gute Vorbereitung kann das zusätzliche Arbeitsvolumen schnell zu vermeidbaren Streitigkeiten mit Kunden führen. Deswegen sollen Händler, die sich auf Italien ausrichten, ihre Shops rechtlich überprüfen, um sicherzustellen, dass alle einschlägigen Vorschriften eingehalten sind.

Die meist begangenen Fehler von deutschen Händlern, die nach Italien verkaufen, können in drei Fallkonstellationen gesammelt werden:

Vertragsschlussregelung: Anders als in Deutschland ist ein Vertrag in Italien, wie auch in anderen europäischen Märkten, direkt mit Abgabe der Bestellung für beide Parteien verbindlich. Dies kann für

alle deutschen Händler problematisch werden, die das Zustandekommen des Vertrages von Versendung einer Auftragsmail abhängig machen. Die Überprüfung der Vorräte einer bestimmten Ware nach Bestellung kann in Italien zu Problemen führen, wenn die Ware doch nicht mehr rechtzeitig besorgt und geliefert werden kann. Diesen Punkt nimmt die italienische Wettbewerbsbehörde häufig unter die Lupe und kann zu teuren Geldbußen führen.

Gewährleistungsrecht: Dieses Rechtsgebiet ist in der EU nicht vollharmonisiert. Obwohl die deutschen und italienischen Regelungen sich sehr ähneln, müssen Händler auch mit den italienischen Besonderheiten vertraut sein. Insbesondere ein Verweis auf das bestehende Gewährleistungsrecht zählt zu den vorvertraglichen Informationspflichten, die Händler zwingend erfüllen müssen.

Risikoubergang: Die Regelung zur Tragung der Gefahr für den Verlust oder die Beschädigung der Waren bei Rücksendungen ist in Italien anders geregelt als in Deutschland. Es haftet immer der Eigentümer.

Zudem müssen Händler sicherstellen, dass alle Informationen in ihrem Shop auf Italienisch vorliegen, wie in Art. 9 Verbraucherkodex vorgeschrieben.

Fazit

Eine gute Vorbereitung ist im internationalen Handel ein Schlüsselfaktor zum Erfolg, insbesondere in stressigen Tagen wie zur Weihnachtszeit. Händler müssen nicht nur an logistische Aspekte des internationalen Handels denken, sondern auch an rechtliche Besonderheiten des Zielmarkts.

Haben Sie Fragen zum Cross-Border-Handel? Setzen Sie sich mit uns in Verbindung, wir unterstützen Sie gerne im Cross-Border-Verkauf. (ec)

[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=""]

Bildnachweis: Denis Rozhnovsky/shutterstock.com