

# International Verkäufen: Was erwarten EU Verbraucher?

Für den Erfolg im Online-Shop gibt es eine Reihe an Faktoren, die zusammen kommen müssen. Neben der rechtlich sicheren Gestaltung, spielen vor allem Kundenservice und die reibungslose Abwicklung eine wichtige Rolle. Dabei kommt der schnellen und pünktlichen Lieferung höchste Priorität zu. Einer Studie zu Folge, lassen sich direkte Schlüsse aus einer negativen Kundenerfahrung auf die Umsatzzahlen ziehen.

MetaPack hat eine Studie unter Verbrauchern aus Deutschland, UK, Frankreich, Spanien, den Niederlanden und den USA im Hinblick auf Erwartungen der Verbraucher hinsichtlich der Lieferungen durchgeführt.

## Negatives Käuferlebnis verschreckt Kunden

43% der Verbraucher geben an, dass sie in der Folgezeit nicht in den Shop zurück kehren, wenn sie eine enttäuschende Erfahrung beim Kauf gemacht haben.

38 % bestätigen, dass sie wohlmöglich nie wieder in dem Shop einkaufen werden.

45 % sagen aus, dass sie den Kauf nicht abschließen, wenn die gewünschte Lieferoption nicht vorhanden oder die Angebote nicht zufriedenstellend sind.

Diese Zahlen machen deutlich, wie wichtig es ist, das Einkaufserlebnis im Shop positiv zu beeinflussen. Verlorene Kunden haben einen verheerenderen Effekt, als Besucher, die sie noch nicht zu Kunden gewinnen konnten.

## Eigenen Shop aus Kundenperspektive betrachten

Gerade im internationalen E-Commerce ist es nicht leicht Fuss zu fassen. Achten Sie daher besonders darauf, die Verbrauchererwartungen auf dem jeweiligen Zielmarkt zu kennen und weitestgehend zu erfüllen. In jedem Fall sollte besonders darauf geachtet werden, dass Sie die Aussagen, die Sie im Shop treffen, einhalten.

Es empfiehlt sich, in regelmäßigen Abständen Testbestellungen im eigenen Shop durchzuführen. Nur so können Sie die Nutzerfreundlichkeit und Wirkung Ihrer Angebote auf den Kunden selbst erleben und gegebenenfalls optimieren.

## Kundenerwartung

61% der Befragten kaufen lieber bei dem Online-Händler, der schnelle Lieferzeiten und auf ihre Bedürfnisse abgestimmte, flexible Bedingungen anbietet.

45% haben Online-Käufe abgebrochen, weil die Lieferoptionen ihnen nicht ausgereicht haben, insbesondere weil die Lieferzeiten zu lange waren oder keine Flexibilität aufwiesen.

49% haben bestätigt, dass die Rücksendebedingungen sie bereits vom Kauf abgeschreckt haben.

87% kaufen gerne wieder beim selben Händler, wenn der Online-Einkauf zuvor eine zufriedenstellende Erfahrung war.

# Schnelle Lieferung und Flexibilität

Ergebnisse der Studie zeigen, dass Verbraucher auf Flexibilität im Bestellprozess Wert legen. Sie wollen die Möglichkeit haben, ihre initiale Lieferauswahl vor Abgabe der Bestellung noch ändern zu können. Die Lieferung in 24 Stunden nimmt rasant an Popularität zu. Insbesondere Italiener (33 %) und Briten (28%) haben diese Option in den letzten sechs Monaten vermehrt gewählt. Ein Trend mit dem Sie Kunden anziehen können.

# Rücksendungen: der Hebel, um sich abzuheben

Es ist keine Überraschung: Verbraucher bevorzugen kostenlose Rücksendungen. 39% der Befragten gaben an, sich die Rücksendbedingungen systematisch anzuschauen, bevor sie einen Kauf tätigen. Hier können Sie natürlich punkten mit kostenlosen Rücksendungen. Nach der Harmonisierung durch die Verbraucherrechte- Richtlinie ist es nun EU weit gestattet, die Rücksendekosten dem Verbraucher aufzuerlegen. Aufgrund der Verbrauchererwartung kann es sich aber durchaus lohnen, davon keinen Gebrauch zu machen.

# Widerrufsrecht richtig abwickeln

Nicht nur aus rechtlicher Sicht ist es wichtig, dass die Informationen zum Widerrufsrecht leicht auffindbar sind. International prangern 43 % der Befragten an, dass die Rücksendbedingungen nicht leicht zu finden sind. Auch in der Antwort, nach der 72 % der Kunden lieber bei einem Shop einkaufen, in dem sie die Rücksendbedingungen schnell finden und einfach verstehen, spiegelt sich diese Haltung wieder.

Desweiteren zeigt die Studie auch, dass zwar 88 % in den vergangenen sechs Monaten ihr Widerrufsrecht in Anspruch genommen haben, aber nur 28 % davon zufrieden mit der Abwicklung sind. Hier liegt großes Potenzial. Die Regelungen zum Widerruf sind in vielen Punkten klarer geworden und die Tatsache, dass in den anderen EU- Staaten grundsätzlich die gleichen Regeln gelten, macht es für deutsche Händler einfacher, einen einheitlichen Prozess für alle Kunden aufzusetzen und anzubieten. Online-Händler haben somit gute Voraussetzungen, ihre Geschäfte zu internationalisieren. Die rechtlichen Aspekte einer solchen Internationalisierung müssen nicht unbedingt einen langen, qualvollen Weg bedeuten.

# Marktplätze sind grenzüberschreitend gefragt

Beim internationalen Verkauf liegen Marktplätze wie Amazon vorne in der Präferenz der Kunden. Dies liegt an der schnellen Lieferung und Flexibilität, die solche Marktplätze bieten.

Der "Amazon Effekt" beeinflusst die Verbrauchererwartungen im Allgemeinen. Verbraucher projizieren die Vorteile der schnellen Lieferung, kostenlosen und komfortablen Rücksendung so wie Vorteile über Treueprogramme auch auf Online-Shops. Dem gerecht zu werden ist international nicht einfach, durch kreative und strategische Ansätze, können Sie hier jedoch punkten.

[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: Unuchko Veronika/shutterstock.com