

Neue Studie zum grenzüberschreitenden Handel

Das Institut für Handelsforschung, IFH Köln, hat einen interessanten Beitrag zum Thema „International: Wie grenzenlos ist der deutsche E-commerce?“ veröffentlicht.

Österreicher kaufen gerne im Ausland

Grundsätzlich gilt Deutschland als Exportweltmeister. Die Zahlen zeigen jedoch, dass dies nicht für den E-Commerce gilt. Hier besteht ein Gleichgewicht zwischen Import und Export. Hauptsächlich kaufen die Deutschen Produkte aus den USA und UK.

Es liegt auf der Hand, dass sich die deutschsprachigen Nachbarstaaten für die erste Internationalisierung anbieten. Österreich steht ganz vorne. Hier belegen die Zahlen, dass 40 % im Ausland einkaufen- eine Zielgruppe, die sich für deutsche Händler lohnt.

Lokalisierung rechtlich

Eine dauerhaft erfolgreiche Internationalisierung kommt um die Lokalisierung nicht herum. Nur die Übersetzung von Texten reicht nicht aus. Gerade weil die rechtlichen Anforderungen unterschiedlich sind, müssen sich Händler mit den Regelungen in den Zielmärkten vertraut machen. Die für den E-Commerce relevanten Regelungen sind in Deutschland auf einem hohen Niveau. Dies erleichtert es den Händlern, wenn Sie in Länder verkaufen, in denen der Rechtsverfolgungsdruck geringer oder auch die Anforderungen weniger streng sind. Nichtsdestotrotz kann man sich nicht darauf ausruhen. UK gilt als ein Land, in dem deutsche Händler meist die landesrechtlichen Vorgaben erfüllen, wenn sie die deutschen Vorgaben erfüllen. Im Hinblick auf das Gewährleistungsrecht gilt aber beispielsweise zu beachten, dass in England die Frist sechs Jahre beträgt, während diese in Deutschland nur zwei Jahre gilt. Auch in anderen Ländern gibt es eine Reihe von Besonderheiten in diesem Bereich.

Lokalisierung allgemein

Neben den rechtlichen Besonderheiten gibt es aber auch eine Reihe von anderen Dingen, die berücksichtigt werden müssen: **Kundenerwartungen** unterscheiden sich, die **Währung** muss eventuell angepasst werden, das Marketing muss adaptiert werden. Hinzu kommt, dass neue Partner gefunden werden sollten, die Logistik organisiert werden muss und die Mitarbeiter in der Lage sein sollten, den Service so zu leisten, dass der Kunde sich verstanden fühlt.

IFH Studie

Die IFH Köln Studie gibt einen guten Einblick in viele verschiedene Bereiche der Internationalisierung. Zahlen und Fakten zum Handelsvolumen, zu beliebten Zielmärkten, zum Käuferverhalten sowie zu den Barrieren des E-Commerce geben aufschlussreiche Informationen, auf die Sie Ihre Überlegungen zur Internationalisierung stützen können.

Im shopbetreiber-blog werden wir Sie auch weiter über die rechtlichen Besonderheiten und Entwicklungen in der EU informieren und die Markspezifika aufzeigen.

Bildnachweis: Bildnachweis: Unuchko Veronika/shutterstock.com