

UK: Welche Entwicklungen sind 2017 im E-Commerce zu erwarten?

Im Jahresrückblick beherrscht für Großbritannien eindeutig der Brexit die Schlagzeilen. Dennoch gilt: Der EU Binnenmarkt mit der Insel besteht bis zum finalen Austritt weiterhin. Mindestens die nächsten zwei Jahre wird sich im Online-Handel diesbezüglich nichts verändern. Eine gute Gelegenheit zu schauen, welche Entwicklungen für 2017 zu erwarten sind.

Brexit ein Thema, aber nicht das Einzige

E-Commerce entwickelt sich ständig weiter. Es ist eine beständige Entwicklung in UK, deshalb verwundert es nicht, dass im Ausblick auf das nächste Jahr, eine Vertiefung bestehender Entwicklungen zu erwarten ist. Auch 2017 wird der Brexit eine Rolle spielen, weil zum einem die [Entscheidung des höchsten Gerichts erwartet wird](#), zur Frage, ob die Regierung die Zustimmung des Parlaments einholen muss, um die Art. 50 EU-Vertrags-Verhandlungen zu starten. Zum Anderen, wird dann interessant werden in welche Richtung sich die zukünftige Beziehung entwickeln wird und auf welches Modell zur Zusammenarbeit sich beide Parteien einigen werden.

Dennoch können Händler, die den UK E-Commerce Markt bedienen sich vorerst auf Ihr Geschäft konzentrieren. Die folgenden fünf Trends sollen dabei eine Orientierungshilfe und Entwicklungspotenzial aufzeigen. Was und wie das in Ihrem Shop umgesetzt werden kann, ist eine individuelle Entscheidung.

1. Echtzeit Lieferverfolgung

Die schnelle und zuverlässige Lieferung ist und bleibt eines der wichtigsten Differenzierungsmerkmale unter Händlern. Kunden wollen nicht mehr den ganzen Tag auf Lieferungen warten, deshalb gewinnt die Echtzeit Lieferverfolgung an Bedeutung. Diese ermöglicht die genaue Verfolgung des Produktes, was dem steigenden Informationsbedürfnis der Kunden gerecht wird. In diesem Zusammenhang ist auch zu erwähnen, dass das Bedürfnis nach schneller Lieferung sich nicht verändert hat. Die Paketlieferung per Drohne wird 2017 zwar noch nicht Realität sein, aber die Lieferung am selben Tag wird ein wichtiges Thema werden. 29% der Verbraucher in UK sind bereit für diesen Service extra zu bezahlen.

2. Integration der sozialen Netzwerke

Die Integration der sozialen Netzwerke in den E-Commerce wird steigen. Schon jetzt werden eine Reihe von Daten über die Nutzer erhoben. Auch wenn diese wählen können, welche Informationen das Netzwerk anzeigen soll, so werden die Daten dennoch im Hintergrund erhoben. Die Möglichkeit zum Einloggen über die sozialen Netzwerke ist bereits vermehrt vorzufinden und wird in Zukunft steigen. Verknüpft mit künstlicher Intelligenz geht der Trend dahin, dass Informationen aus verschiedenen Strängen zusammen kommen, um dem Interessenten das zu bieten, was er sucht. Aber Achtung: Datenschutzrechtlich sind diese Praktiken äußerst problematisch.

Der Trend geht außerdem hin zur Verknüpfung von Facebook Live and Instagram Stories mit dem Handel. Konzepte gehen dahin, dass Kunden die Möglichkeit bekommen die Meinungen ihrer Freunde direkt noch im „Umkleideraum“ zu erhalten.

3. Stärkere Kundenbindung

In der Vergangenheit waren Kunden noch recht unbeständig. War das Wunschprodukt gefunden, hat man noch über Suchmaschinen oder Marktplätze geschaut, ob es das gleiche Produkt woanders günstiger gibt. Hier verschiebt sich das Gewicht weg vom der Preisrelevanz hin zur Shop-Loyalität. Dabei spielt die Gesamtheit des Shopping-Erlebnisses eine große Rolle. Die verlässliche Lieferung, guter Kundenservice, Hilfsbereitschaft bei Auswahl des Produktes oder auch Anpassungsmöglichkeiten, die über die einfachen Optionen im Shop hinaus gehen, helfen eine

Konnektivität zwischen Kunden und dem Online-Shop als Marke herzustellen. Das kann den Kunden dazu bringen, eine positive Erfahrung und das Gefühl, sich gut aufgehoben zu fühlen, über das Bedürfnis nach Schnäppchen zu stellen.

Shops wie ASOS haben Programme entwickelt, bei denen gegen eine jährliche Gebühr bei jedem Kauf die Lieferung am nächsten Tag garantiert wird. So soll der Kunde zum häufigeren Einkäufen motiviert werden. Im großen Stil macht dies Amazon bereits mit seinem Prime Angebot. Wenn auch vielleicht nicht in diesem Umfang, ist es jedoch gerade auch für kleinere und mittelständische Online-Shops wichtig, attraktive Kundenbindungsprogramme zu entwickeln. 2017 sollte also genutzt werden, um pfiffige Ideen zur Kundenbindung zu entwickeln.

4. Mobile

In der Tat ist der M-Commerce nicht für Shops unter den Top 10 Prioritäten. Gerade in UK lohnt es sich aber. 2016 hat Mobile das Shopping über den Desktop überholt. Es wird immer wichtiger für alle Endgeräte, das qualitativ gleichwertige Einkaufserlebnis zu bereiten. Google arbeitet an einem neuen Suchindex, der die Ergebnisse für die mobile Ansicht optimiert anzeigt. Es geht jetzt nicht mehr nur um mobile Optimierung, sondern um die mobilen Endgeräte an erster Stelle. Ein Grund mehr, sich dem Thema anzunehmen.

5. Personalisierung und Anpassung

Datenschutz wird nicht nur für das Thema der Integration der sozialen Netzwerke eine Rolle spielen, aber auch für das steigende Volumen an Daten, die dazu verwendet werden dem Empfänger gerechte, personalisierte Inhalte, Werbung und Produktempfehlungen im Web anzuzeigen. Dennoch geht der Trend weiter in diese Richtung. 2017 ist mit weiter ausgeklügelten Technologien zu rechnen.

Wir informieren Sie auch weiterhin über Marktbesonderheiten und rechtliche Fallstricke und [unterstützen Sie gern bei Ihrer Internationalisierung](#).

Bildnachweis: Lukasz Stefanski/shutterstock.com