

Polen: E-Commerce Ausblick 2017

Der polnische E-Commerce gehört zu den am schnellsten wachsenden Märkten in der EU. Laut der Gemius/PBI Studie erreicht der E-Commerce-Markt in Polen monatlich mehr als 22,6 Millionen Nutzer. Das sind etwa 86 % aller polnischen Internet-Nutzer. Während die ältere Generation neue und bequeme Möglichkeiten entdeckt, kauft die junge Generation immer häufiger vom Smartphone- oder Tablet aus.

Mehr Wettbewerb zwischen Online-Marktplätzen

Die herrschende Stellung von Online-Gigant Allegro wird auf dem polnischen E-commerce Markt zwar nicht bedroht sein, jedoch sind immer größere und weiter gehende Aktivitäten der internationalen Konkurrenz auf dem polnischen Markt zu erwarten.

Schon im Jahr 2016 war viel los. Der AliExpress Shop erreichte die Top-10 der populärsten Online-Einkaufsservices. In der Studie des Forschungsunternehmens Gemius, das regelmäßig Forschungen zur Internet-Nutzung in Polen durchführt, erreichte die Online-Plattform mit Produkten direkt von chinesischen Herstellern einen guten achten Platz. Schon mehr als 3 Mio. Polen besuchen monatlich den Service von Aliexpress.com. Die Anzahl polnischer Kunden sollte in 2017 weiter wachsen. Die Monatszeitschrift Komputer Swiat (DE: Computer Bild) berichtete, dass die Alibaba Group für 2017 unter anderem die Eröffnung eines polnischen Büros sowie eines stationären AliExpress Ladengeschäftes plant.

Außerdem ist seit Ende Oktober 2016 auch der deutsche Amazon Marktplatz für viele polnische Kunden deutlich interessanter geworden. Die Plattform bietet jetzt neben der polnischen Sprachversion und dem Kundenservice auch die kostenlose Lieferung nach Polen innerhalb von 1-2 Tagen ab einem Bestellwert von 39 Euro an.

Multichannel-Verkauf und M-Commerce bleiben in Mode

Immer mehr stationäre Geschäfte öffnen sich dem Online-Verkauf. Auch bei den Verbrauchern ist im Hinblick auf teure Produkte wie z.B. Elektrowaren häufig 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.

Auch der M-Commerce gewinnt schnell an Bedeutung. Die Studienergebnisse von Gemius zeigen, dass die Kunden immer häufiger mit Smartphones bestellen. Mehr als die Hälfte der Online-Nutzer (53 %) surfen auf Webseiten und bestellen die Waren oder Dienstleistungen mit mobilen Geräten. Dieser globale Trend bestätigt sich also auch in Polen.

Sparpotenzial und Sicherheit überzeugen zum häufigeren Online-Einkauf

Ein Trend, der sich bei den Verbrauchern sicherlich nicht ändern wird, ist das oft bei den Online-Einkäufen gesuchte Sparpotenzial. Laut einer Studie von TNS Polska, die im Auftrag von Trusted Shops durchgeführt wurde, ist gerade das Sparpotenzial ein Faktor, der viele Polen vom häufigeren Online-Einkauf überzeugt. Die am häufigsten genannte Antwort, was Kunden vom Online-Einkauf überzeugen könnte, war der kostenlose Versand (46%). Knapp 40% der Befragten würden Sonderangebote oder Rabattcodes für den nächsten Einkauf schätzen.

Für die Kunden ist darüber hinaus die Sicherheit beim Online-Shopping wichtig. Jede dritte Befragte

(32%) bezeichnet die Geld-zurück-Garantie als sehr gute und praktische Lösung.

Soziale Medien im Online-Handel

Die sozialen Medien gewinnen schnell an Bedeutung im Online-Handel. Dieser Trend sollte auch in diesem Jahr deutlich spürbar sein. Soziale Medien sind nicht mehr nur reine Netzwerke, mit deren Hilfe man PR für den Shop betreiben kann, sondern teilweise auch Vertriebskanäle, die das Kaufverhalten der Nutzer beeinflussen.

Wir informieren Sie auch weiterhin über Marktbesonderheiten und rechtliche Fallstricke und unterstützen Sie gern bei Ihrer Internationalisierung.

[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=""]

Bildquelle: ruskpp/shutterstock.com