

Internationaler E-Commerce als größtes Wachstumspotenzial für den Handel

Eine Studie von DHL Express zeigt, dass der internationale Online-Handel vor sehr guten Perspektiven steht. Der Cross-Border-Handel sollte bis 2020 bei einem durchschnittlichen Jahreswachstum von 25 Prozent zweimal so schnell wachsen wie der E-Commerce im Inland.

Ergebnisse des Berichtes

Der Bericht von DHL Express „Gewürzhandel des 21. Jahrhunderts: Leitfaden für eine erfolgreiche Partizipation am Cross-Border-E-Commerce“ zeigt, dass sich Online-Händler, die ihre Produkte international verkaufen, sich enormes Wachstumspotenzial freuen können.

Das Volumen des internationalen Online Handels soll bei einem durchschnittlichen Jahreswachstum von 25 Prozent zwischen 2015 und 2020 von 300 Milliarden US-Dollar auf 900 Milliarden US Dollar ansteigen – doppelt so schnell wie das Volumen des inländischen Handels. Laut dem Bericht können Online-Händler ihre Abverkäufe schon allein dadurch um 10-15 Prozent steigern, dass sie ihre Produkte international anbieten.

„Der internationale Versand ist viel einfacher als viele Händler glauben. Wir sehen jeden Tag, wie positiv sich der Verkauf in das internationale Ausland auf das Geschäft unserer Kunden auswirken kann“, Ken Allen, CEO bei DHL Express.

Beweggründe der weltweit einkaufenden Kunden

In der Studie wurden zudem die Beweggründe und Vorlieben weltweit einkaufender Kunden analysiert, um die Erfolgskriterien für Online-Händler, die international agieren möchten, auszuarbeiten. So lässt z.B. das Angebot von Premium-Diensten – wie beispielsweise die Möglichkeit eines schnelleren Versands – den Shop 1,6-mal schneller wachsen als Shops ohne solche Angebote.

In den verschiedenen Märkten werden Kunden immer anspruchsvoller und geben an, dass die Verfügbarkeit des Produktes und das Vertrauen in den Anbieter sowie attraktive Angebote die Faktoren sind, die sie dazu anregen, bei Online-Händlern im Ausland zu kaufen.

Internationaler E-Commerce und rechtliche Aspekte

Mit der EU-Verbraucherrechterichtlinie 2011/83/EU wurden viele rechtliche Anforderungen in der europäischen E-Commerce-Landschaft weitgehend harmonisiert. Viele rechtliche Aspekte des Verbraucherschutzes sind also in den EU-Mitgliedstaaten identisch.

Dennoch bestehen einige für den internationalen Online-Handel relevante Unterschiede zwischen den Rechtsordnungen der einzelnen Mitgliedstaaten nach wie vor, beispielsweise in Bezug auf das Gewährleistungsrecht oder die Regelungen zum Vertragsschluss.

Da die in Deutschland für den E-Commerce geltenden Regelungen ein hohes Schutzniveau des Verbrauchers aufweisen, erleichtert es dies den Händlern, wenn Sie in Länder verkaufen, in denen der Rechtsverfolgungsdruck geringer oder auch die Anforderungen weniger streng sind.

Auf diese Erleichterung allein sollte man sich aber nicht gänzlich stützen. Die Berücksichtigung der rechtlichen Besonderheiten der jeweiligen Zielmärkte ist wichtig. Als Regel im internationalen E-Commerce gilt nämlich, dass dem Verbraucher in keinem Fall der Schutz entzogen werden kann, der ihm nach den zwingenden Vorschriften seines Wohnsitz-Staates zusteht.

```
[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