

Studie: Jeder fünfte Deutsche kauft regelmäßig in ausländischen Online-Shops ein

Untersuchung im Auftrag von FedEx zeigt Trends im weltweiten grenzüberschreitenden Internet-Handel auf

Frankfurt/Main, 9. Februar 2015 – Jeder fünfte Online-Käufer in Deutschland kauft ein Mal im Monat oder häufiger in ausländischen Online-Shops ein. Besonders beliebt sind dabei Web-Angebote aus den USA, Großbritannien und China. Das sind Ergebnisse einer Untersuchung zum weltweiten grenzüberschreitenden Internet-Handel, die Forrester Consulting im Auftrag von FedEx realisiert hat. Die Marktforscher haben mehr als 9.000 Verbraucher aus 17 Ländern befragt und zudem Interviews mit kleinen und mittelständischen Unternehmen geführt, die ihr Geschäft international betreiben. Ihre Erkenntnisse haben sie in dem Papier [„Seizing the Cross-Border Opportunity“](#) („Grenzüberschreitende Chancen ergreifen“) zusammengefasst. Laut einer Analyse von Forrester Research liegt das Volumen des weltweiten Online-Handels schon heute bei mehr als 1 Billion US-Dollar – und wird sich in den nächsten vier Jahren verdoppeln.

Die beliebtesten virtuellen Einkaufsadressen von deutschen Online-Käufern sind der Studie zufolge große Multi-Marken-Händler oder -Marktplätze. Dahinter folgen die Angebote von Herstellern und Marken sowie die Internet-Auftritte von ursprünglich stationären Händlern. Kleidung und Accessoires sind die am häufigsten im Internet gekauften Produkte. Doch nicht alle deutschen Online-Käufer trauen sich für den virtuellen Einkauf ins Ausland. Als Hauptgründe dafür nannten die Teilnehmer der Untersuchung Sorgen vor hohen Versandkosten, vor langen Lieferzeiten, vor Zoll- und Steuerzahlungen sowie vor gefälschten oder minderwertigen Produkten.

„Diese Untersuchung bietet einen wertvollen Einblick in die Präferenzen und Prioritäten von Online-Käufern weltweit. Kleine und mittelgroße Händler können mithilfe der Ergebnisse die Chancen im grenzüberschreitenden Internet-Handel noch besser nutzen“, sagt Raj Subramaniam, Executive Vice President, Global Strategy and Marketing, FedEx. „Kenntnisse über kulturelle Übereinstimmungen und Unterschiede zwischen Märkten können Unternehmen zu einem Wettbewerbsvorteil im virtuellen Handel verhelfen.“

Erkenntnis für Händler: Transparente Kosten weltweit gefragt

Die Untersuchung stellt damit auch deutschen Online-Händlern hilfreiche Anhaltspunkte für die Ausweitung ihres internationalen Geschäfts zur Verfügung. Zum Beispiel die, dass die Unterschiede zwischen den Märkten nicht groß sind, aber die Nuancen wichtig. So spielen Suchmaschinen bei der Händlersuche weltweit eine wichtige Rolle – in Lateinamerika aber sind andere Kanäle (konkret: Online-Werbung, Social Media und E-Mail-Marketing) noch wichtiger. Auch in China spielt Online-Werbung eine größere Rolle als die Auffindbarkeit für Suchmaschinen.

Darüber hinaus zeigt die Untersuchung, dass Qualität und Reputation für Online-Käufer weltweit die wichtigsten Kriterien bei der Wahl ihrer internationalen virtuellen Einkaufsziele sind. Dies spricht für die Präsenz auf Online-Marktplätzen. Verbraucher wünschen sich darüber hinaus möglichst geringe und transparente Kosten – inkl. möglicher Steuern und Zölle – sowie kostenlose Retouren.

„Die Ergebnisse dieser Studie legen nahe, dass der grenzüberschreitende Online-Handel deutlich wachsen würde, wenn Regulierungen – in Form einheitlicherer Duty-Free-Grenzen und geringerer Zölle – vereinfacht würden. Das käme Unternehmen und Verbrauchern gleichermaßen zugute“, sagt David Cunningham, Chief Operating Officer, International bei FedEx Express.

Hinweis an die Redaktionen: FedEx Pressemitteilungen sind im Internet unter <http://about.van.fedex.com/newsroom/europe-deutsch/> verfügbar. Mehr Informationen finden Sie auch unter <http://www.koeln-bonn-hub.de/>.

Über die Studie

Forrester hat im September 2014 im Rahmen einer Online-Untersuchung 9.006 Online-Konsumenten weltweit befragt. Darüber hinaus wurden Interviews geführt mit 34 kleinen und mittelständischen Unternehmen mit internationalen E-Commerce-Aktivitäten in Australien, Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Hongkong, Indien, Italien, Japan, Kanada, Kolumbien, Mexiko, Puerto Rico, Singapur, Südkorea und den USA. Ziel war es, Erkenntnisse über die gegenwärtige Einstellung zu und Erfahrungen mit grenzüberschreitenden Käufen und die Auftragsabwicklung zu erhalten, inkl. der Herausforderungen und Sorgen, die



Verbraucher und Unternehmen mit der Ausweitung dieses Geschäfts verbinden. Die Verbraucher, die an der Befragung teilgenommen haben, waren 18 Jahre alt oder älter und hatten in den vergangenen zwölf Monaten für sich oder einen anderen Empfänger ein Produkt online bestellt. Die kleinen und mittelständischen Unternehmen wurden befragt zu ihrer Motivation, grenzüberschreitenden Online-Handel zu starten, zu ihren Erfahrungen und Herausforderungen bei der Abwicklung dieser Bestellungen und zu den Kriterien, die erfüllt sein müssen, damit sie ihr internationales Angebot ausdehnen. Die Befragung fand zwischen Juli und September 2014 statt.

Über FedEx Corp.

FedEx Corp. (NYSE: FDX) stellt seinen Kunden weltweit ein breites Portfolio an Transport-, E-Commerce- und Dokumenten-Management-Services zur Verfügung. Mit einem jährlichen Umsatz von 47 Mrd. US-Dollar bietet das Unternehmen dank seines eigenständigen Netzwerkes an FedEx Tochtergesellschaften und Marken integrierte Lösungen. Weltweit steht FedEx seit Jahren auf der Liste der beliebtesten Arbeitgeber. Für die mehr als 300.000 Teammitglieder stehen Sicherheit sowie die höchsten ethischen und professionellen Standards an erster Stelle, ebenso wie die Bedürfnisse ihrer Kunden und der Gemeinschaften, in denen sie leben und arbeiten. Weitere Informationen erhalten Sie unter <http://news.van.fedex.com/>.

KONTAKT:

Katrin Haase, FedEx Express

Tel. +49 (0) 6102/883 302

E-Mail: khaase@fedex.com