

Projekt „Erfolgreich Handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, **initiiert und finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie**, hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: Januar 2023 bis Dezember 2024

Vorgängerprojekt: Die Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“

www.erfolgreich-handeln.bayern



Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

Unsere Formate



Webseite &
Newsletter



Workshops



Webinare



Mediathek |
Webinar-
aufzeichnungen

Unsere Themen

 E-Commerce	 Digitale Prozesse	 Nachhaltigkeit
 Digitale Sichtbarkeit	 Neue Geschäftsmodelle	 Soziale Medien
 IT-Sicherheit	 Bezahlverfahren	 ... und vieles mehr

An aerial photograph of a large container yard filled with stacks of colorful shipping containers in shades of red, blue, and white. A blue semi-transparent overlay covers the entire image, and a white vertical line is positioned to the left of the main text. In the center, the text 'Internationalisierung über digitale Vertriebskanäle' is written in white. The 'ibi' logo is on the left, with the 'i' being smaller and positioned below the 'b'.

ibi

Internationalisierung über digitale Vertriebskanäle

- 01** Internationaler Online-Handel – eine Momentaufnahme
- 02** Cross-Border-E-Commerce – zentrale Herausforderungen und Erfolgsfaktoren
- 03** Handlungsempfehlungen und Ausblick



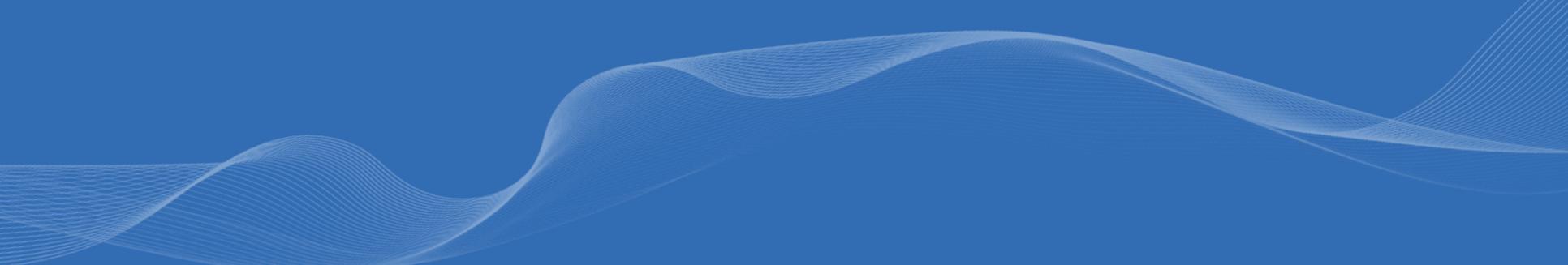
ibi
research
an der Universität
Regensburg GmbH

Cross-Border-E-Commerce

Internationaler Vertrieb über digitale Kanäle

ibi research an der Universität Regensburg
in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag
Juni 2022



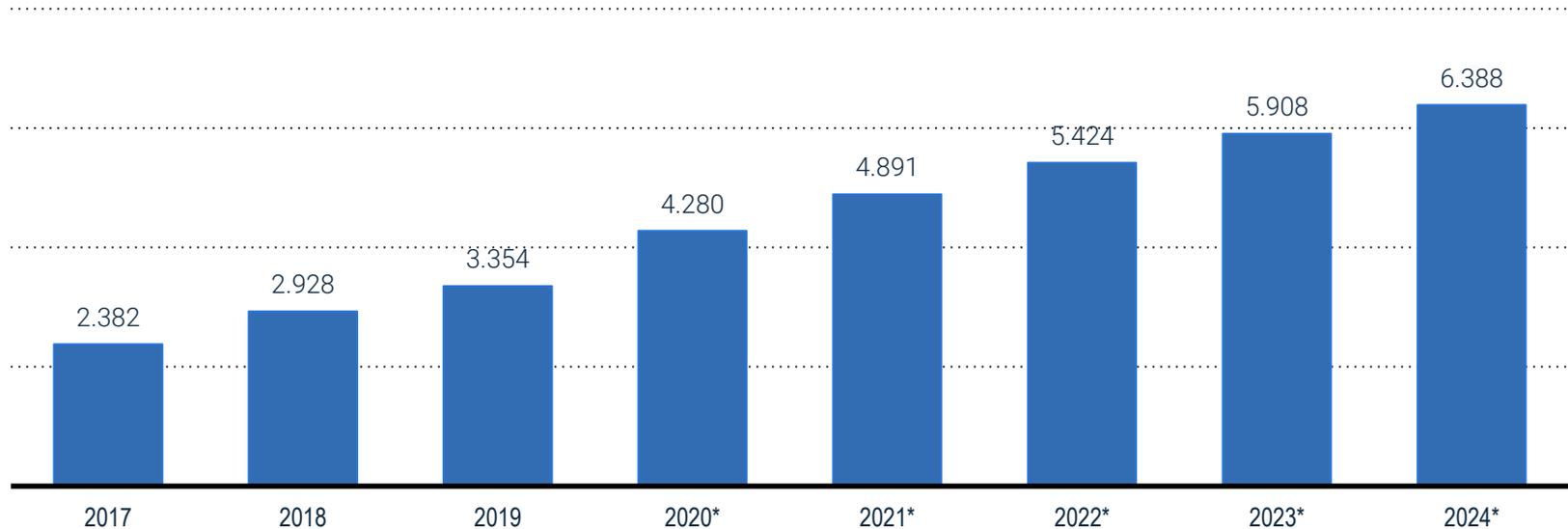


01

**Internationaler Online-
Handel – eine
Momentaufnahme**

Die weltweiten E-Commerce-Umsätze (B2C) wachsen auch weiter – B2B sollte auf einem deutlich höheren Niveau ebenfalls wachsen

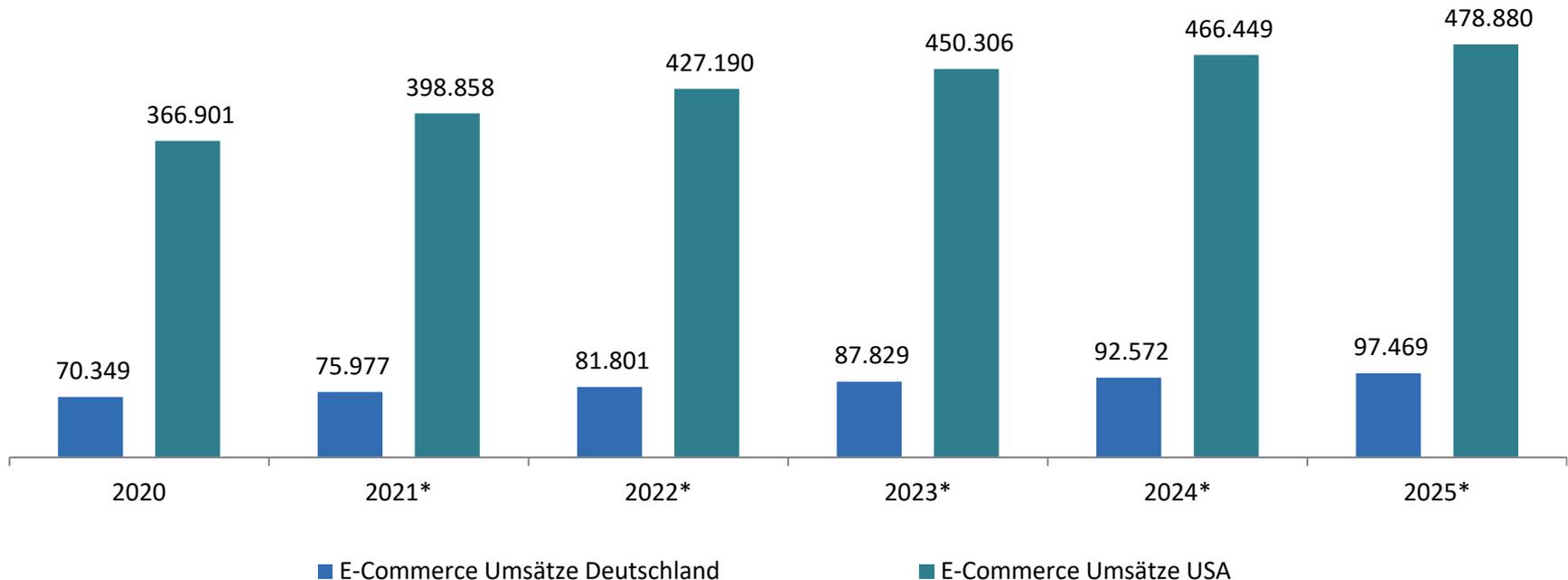
E-Commerce-Umsatz im Einzelhandel weltweit in den Jahren 2017 bis 2019 sowie eine Prognose bis 2024 (in Mrd. US-Dollar)



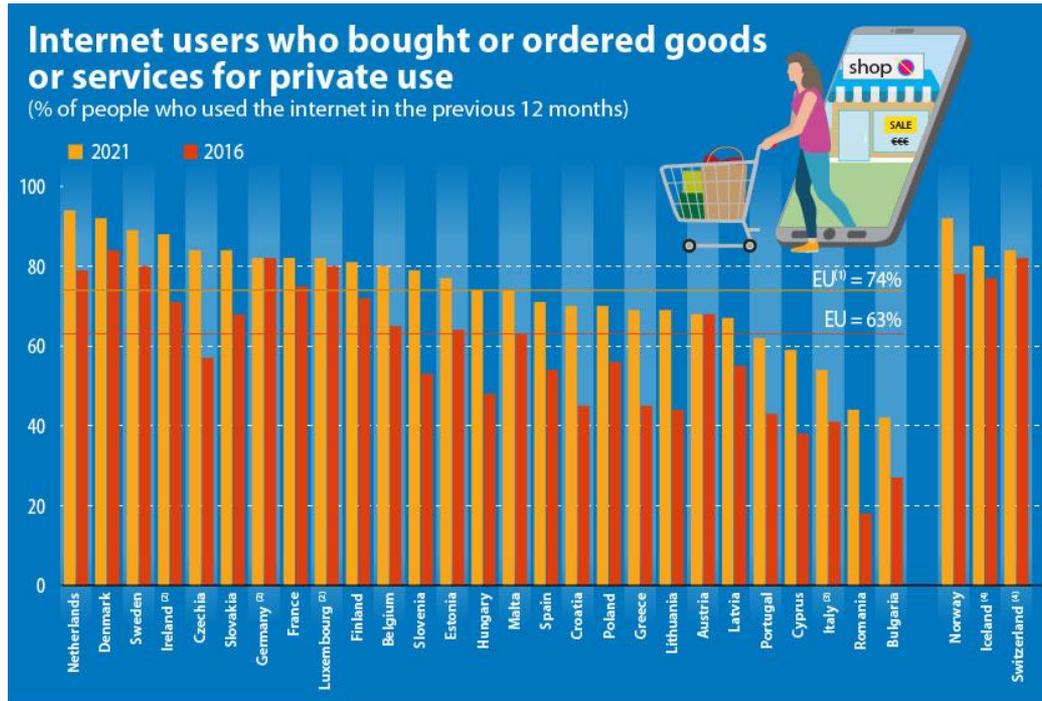
Das weltweite E-Commerce-Potenzial ist enorm!



Vergleich der erwarteten E-Commerce-Umsätze im Einzelhandel (B2C) zwischen Deutschland und den USA (in Millionen Euro)



Online shopping ever more popular – 11 Prozentpunkte Steigerung von 2016 bis 2021 bei Online-Shoppern in der EU



(1) estimate
(3) 2020 instead of 2021

(2) break in the time series
(4) 2017 instead of 2016

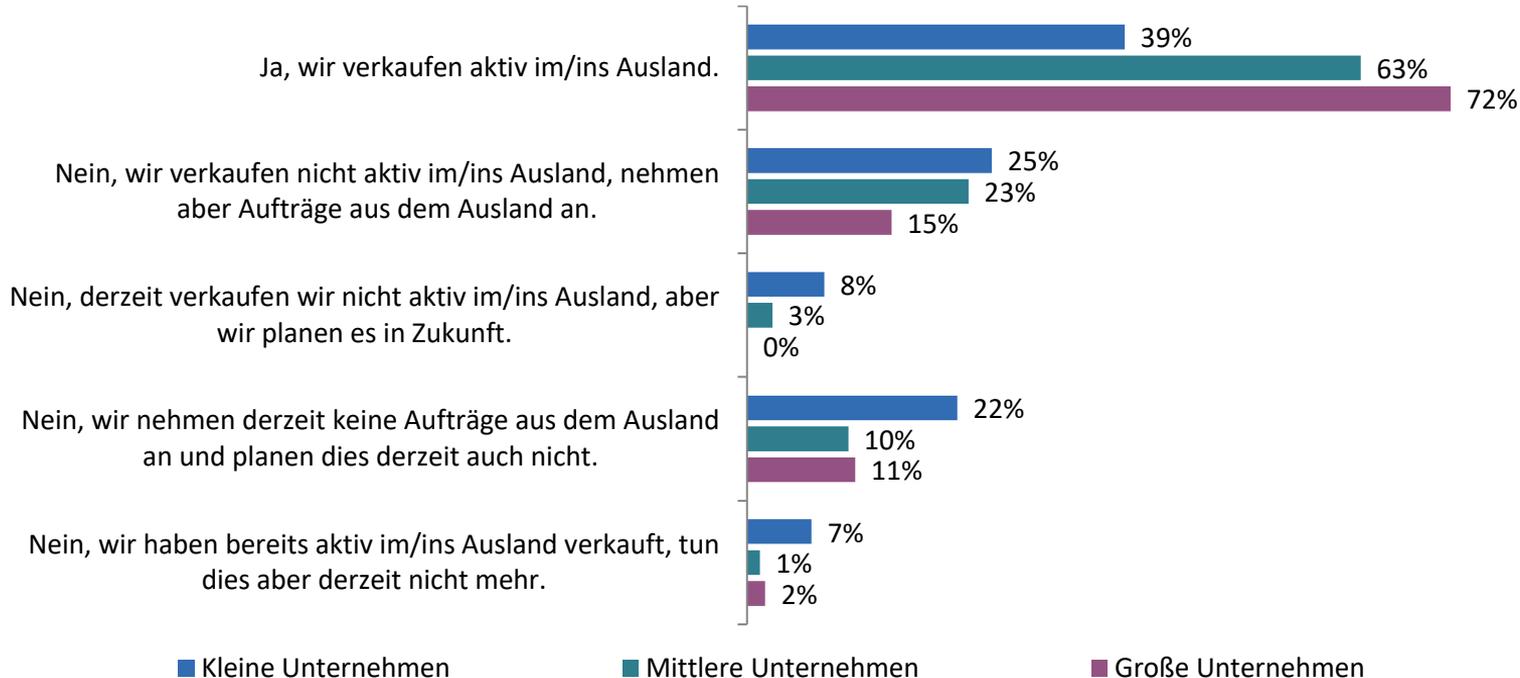
ec.europa.eu/eurostat

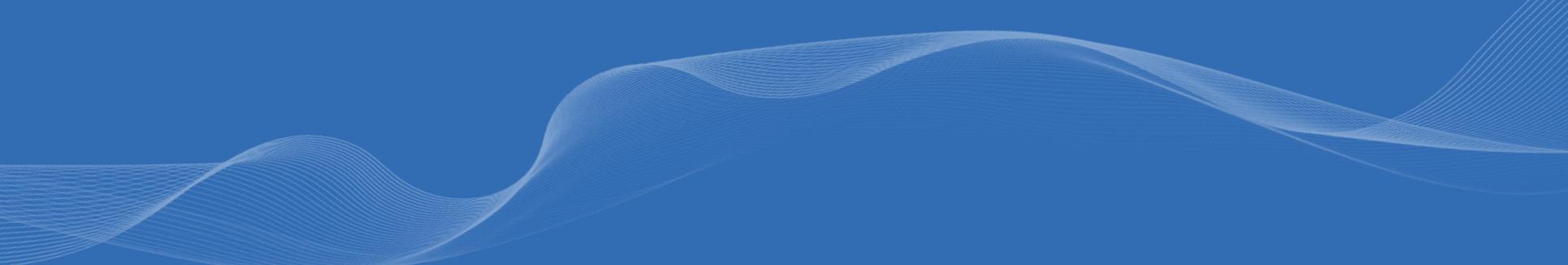
Anreize und Anforderungen für den grenzüberschreitenden Einkauf von Konsumenten sind vielfältig



Große und mittlere Unternehmen sind im Auslandsvertrieb deutlich aktiver als die kleinen Unternehmen

Verkaufen Sie Ihre Waren bzw. Dienstleistungen im oder ins Ausland?





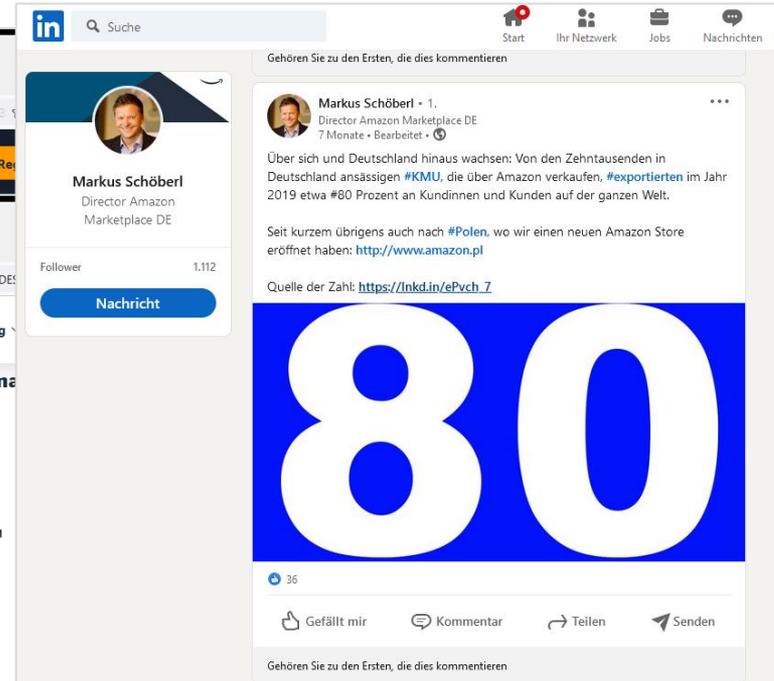
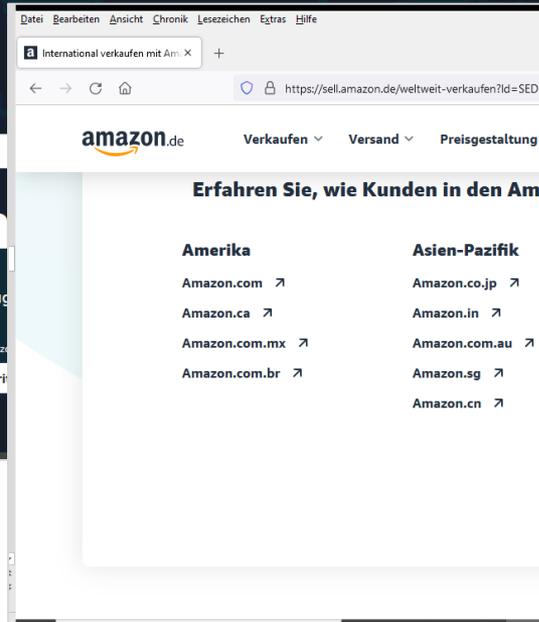
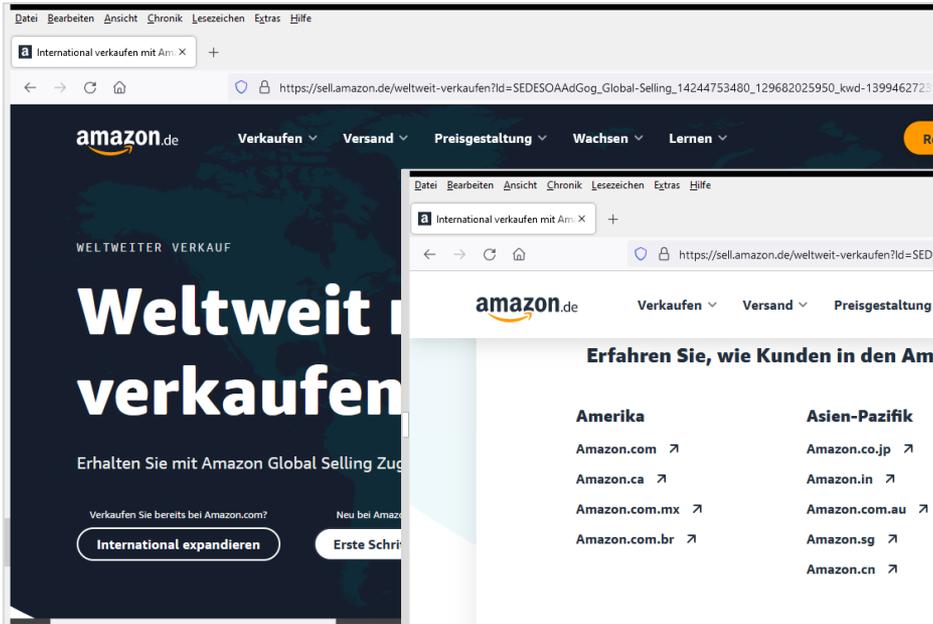
02

**Cross-Border-E-Commerce –
zentrale Herausforderungen
und Erfolgsfaktoren**

Ausgewählte Handlungsoptionen – Im Handel zeichnen sich zwei generelle Stoßrichtung ab ...



Marktplatzbetreiber forcieren die Internationalisierung



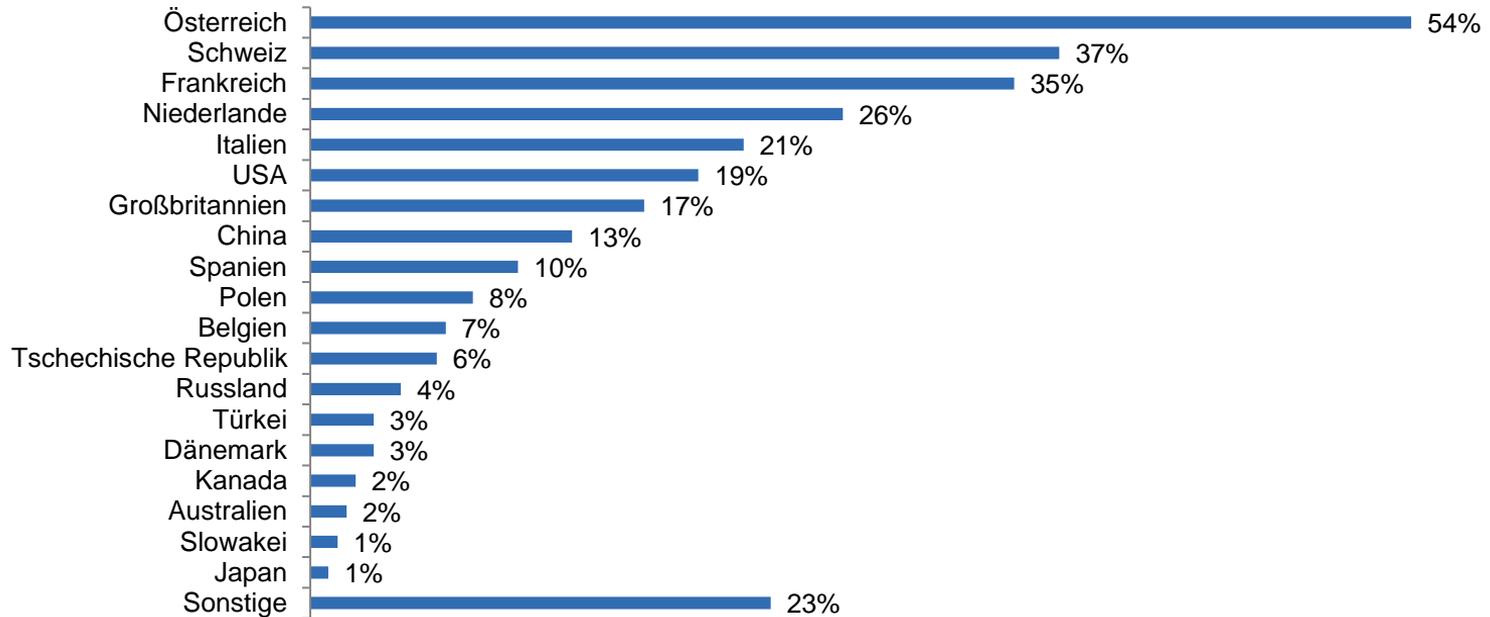
Mehr als die Hälfte der deutschen Unternehmen nutzt den eigenen Online-Shop als Vertriebskanal ins Ausland

**Über welche Vertriebskanäle verkaufen Sie im oder ins Ausland?
(Mehrfachauswahl möglich)**



Nähe verbindet – zu den umsatzstärksten Absatzmärkten zählen branchenübergreifend die deutschen Anrainerstaaten

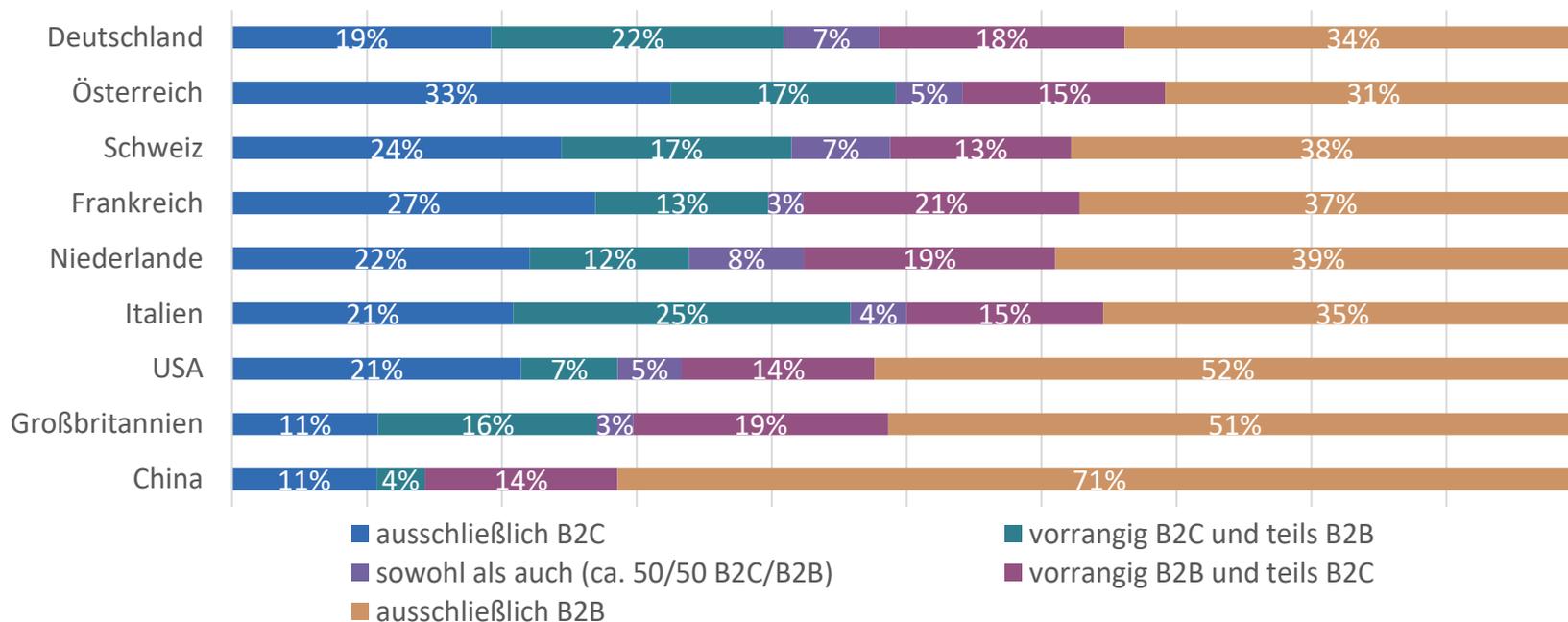
Welche (bis zu fünf) Staaten sind Ihre umsatzstärksten Absatzmärkte? Mehrfachauswahl möglich



In den USA, Großbritannien und China dominiert der B2B-Vertrieb



In welchem Kundensegment verkaufen Sie vorrangig in dem jeweiligen Land?



Nicht alle ausländischen Märkte funktionieren wie Deutschland ...

Ashkan [redacted]
11. Januar · 🌐

Verkauft wer schon fleißig auf amazon.nl? Wie sind die Erfahrungen?

4 · 31 Kommentare

Gefällt mir · Kommentieren

Alle Kommentare ▾

Thomas [redacted]
Findet nicht statt ... Benelux kauft bei BOL
Gefällt mir · Antworten · 5 Wo. · 5

Volker [redacted]
als Reseller, unter ferner liefen, als Vendor... kein Vergleich mit Deutschland oder Italien. Da habe ich direkt über meine Webseite mehr in die Niederlande verkauft als über Amazon.nl bisher
Gefällt mir · Antworten · 5 Wo.

Frédéric [redacted]
Volker [redacted] wie ist Italien? Gibt es da ordentlich Traffic?
Gefällt mir · Antworten · 5 Wo.

Julian [redacted]
Ernüchternd. · 3
Gefällt mir · Antworten · 5 Wo.

Gab [redacted]
Ernüchternd.
Gefällt mir · Antworten · 5 Wo.

Denni [redacted]
Lohnt aktuell kein Aufwand zu b
Gefällt mir · Antworten · 5 Wo.

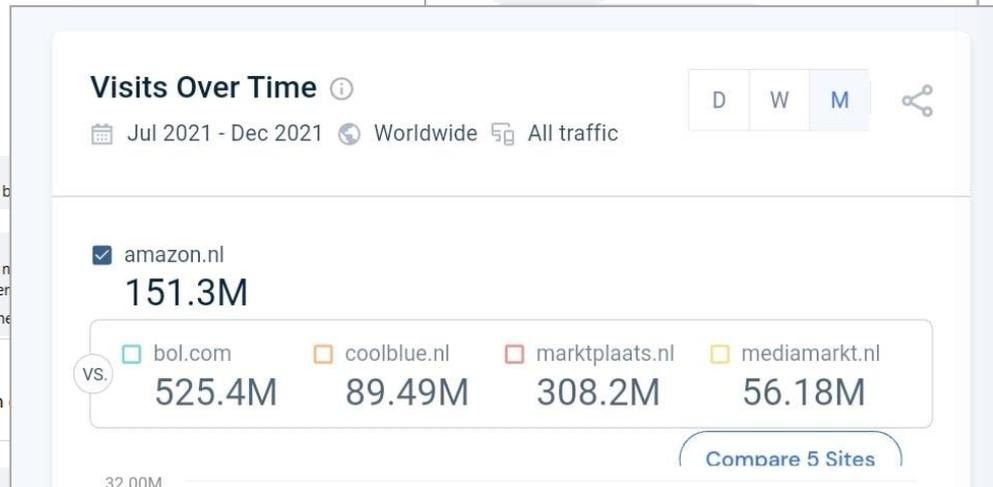
Desiree [redacted]
Im Moment lohnt es sich noch n
CR ist bei uns < 1%. Die meister
Amazon selber hat sich auch me
 BOL.COM
De winkel van
Gefällt mir · Antworten · 5 Wo.

Robert [redacted]
Amazon ist ein deutsches Phänomen
Gefällt mir · Antworten · 5 Wo. · 4

Geralt mir · Antworten · 5 Wo.

Nicolas [redacted]
Viel wichtiger ist doch die Antwort auf die Frage wo holländer sonst kaufen ... #multichannel
Was ich weiß, ist, dass in Holland ein uns weitgehend unbekanntes Zahlungsmittel vorherrschend ist. Es heißt IDEAL.
Gefällt mir · Antworten · 5 Wo.

Micha [redacted]
fakten:





Herausforderungen

Höheren Aufwand bei der Umsetzung (steuer-)rechtlicher Vorgaben als erwartet

Wie hoch war der Aufwand folgender Themen/Aufgaben bei der Umsetzung Ihres Online-Shops bzw. Marktplatzauftritts für einen ausländischen Markt?



Hohe Versandkosten und rechtliche Unsicherheiten sind die wichtigsten Gründe gegen einen Auslandsverkauf



**Was sind die wichtigsten Gründe, weshalb Sie nicht aktiv im oder ins Ausland verkaufen?
(Mehrfachauswahl möglich)**

	Gesamt	Kleine Unternehmen	Mittlere Unternehmen	Große Unternehmen
Hohe Versandkosten	33%	34%	33%	33%
Rechtliche Unsicherheiten beim Verkauf an Kunden aus dem Ausland	33%	36%	26%	27%
Zollabwicklung zu umfangreich/kompliziert	22%	19%	25%	33%
Hoher Aufwand und große Risiken im Bereich Umsatzsteuer	21%	23%	18%	13%
Fehlende zeitliche Ressourcen	21%	21%	23%	20%
Geltendmachung offener Forderungen schwierig	16%	14%	19%	13%
Aufwand für Registrierung im Rahmen von EU-Vorgaben	16%	16%	14%	20%
Abwicklung von Retouren scheint problematisch	13%	12%	19%	7%
Abbildung unterschiedlicher Steuersätze ist kompliziert	13%	12%	12%	27%
Keine Länderexpertise	13%	9%	19%	20%
Versandabwicklung sehr aufwändig (unterschiedliche Adresssysteme etc.)	12%	10%	12%	33%
Logistik und Fulfillment problematisch	11%	6%	18%	33%
Fehlende Informationen über ausländische Märkte	10%	11%	12%	0%

Mehr als 60 Prozent der Unternehmen sehen eine Preissteigerung bei der Expansion ins Ausland



Wie bewerten Sie folgende Aussagen? (Werte = Summe „stimme zu“ und „stimme eher zu“)



73%

Ein einheitliches Fernabsatzrecht ist notwendig, um den europäischen Verkauf zu vereinfachen.



61%

Die Expansion ins Ausland wird zunehmend teurer.



48%

Die Eintrittsbarrieren in europäische Märkte sind niedriger geworden.



64%

Die Konkurrenz agiert auch zunehmend international.



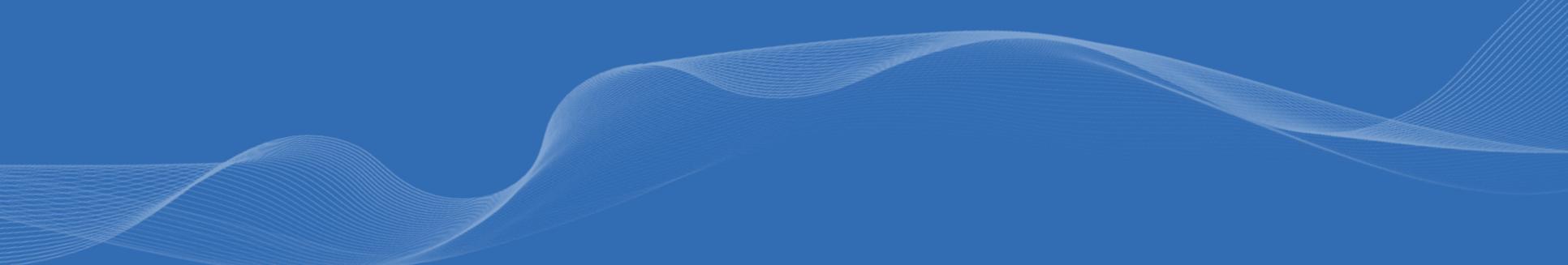
48%

Das Auslandsgeschäft gewinnt für uns immer stärker an Bedeutung.



25%

Die Margen im Ausland sind höher.



03

**Handlungsempfehlungen
und Ausblick**

- Der deutsche E-Commerce ist bereits „international“ aktiv – hat aber noch deutlich Luft nach oben – Unternehmen müssen für Chancen und Risiken sensibilisiert werden
- Der eigene Shop ist im Moment noch der präferierte digitale Vertriebskanal – Marktplätze holen aber enorm auf
- Geeignete Infrastruktur und Services (Payment, Logistik, Customer Care, ...) sind oftmals schon vorhanden und können genutzt werden
- Rechtliche Unsicherheiten und bürokratische Hürden erschweren den Unternehmen die Erschließung neuer Märkte – Hilfs- und Förderprogramme & Dienstleister sind oftmals unbekannt
- Eine ordentliche Marktanalyse ist Grundvoraussetzung für den Start in einem Land – kontinuierliche Anpassungen mit einplanen.
- Das Ziel ist nicht einfach eine gute „Übersetzung“ der deutschen Angebote zu erstellen, viel mehr geht es um eine gute Lokalisierung.
- Bei aktuellen Investitionen muss an die zukünftigen Bedürfnisse, Trends und insbesondere die Nachhaltigkeit gedacht werden!

Weiterführende Informationen auf dem Außenwirtschaftsportal Bayern (https://international.bihk.de)



Außenwirtschaftsportal Bayern

IHK Industrie- und Handelskammern in Bayern | Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern

LÄNDERINFORMATIONEN | ZOLL | E-COMMERCE | AKTUELLES | FÖRDERUNG | MAGAZIN

E-Commerce > Übersicht

ÜBERSICHT | ONLINE VERKAUFEN | ONLINE BESCHAFFEN | LÄNDERWISSEN | VERANSTALTUNGSKALENDER

ONLINE erfolgreich im Ausland

Internationaler E-Commerce ermöglicht sowohl die Erschließung von digitalen Absatzmärkten, als auch die digitale Lieferantensuche in internationalen Beschaffungsmärkten. Finden Sie hier länderspezifische Informationen sowie spannende Webinare.

Links

- Go International
- Start-up International

Digitale Lieferantensuche/Beschaffung im B2C- und B2B-E-Commerce

Praxisleitfaden 2 – ONLINE erfolgreich im Ausland

IHK Industrie- und Handelskammern in Bayern | Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern

Erschließung von Absatzmärkten durch internationalen E-Commerce

Praxisleitfaden 1 – ONLINE erfolgreich im Ausland

IHK Industrie- und Handelskammern in Bayern | Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern

- 03.05.23 | 08:30 Uhr | On- und Offline bezahlen – Wie kommen Händler an ihr Geld?
- 04.05.23 | 08:30 Uhr | Planspiel: IT-Sicherheit
- 09.05.23 | 08:30 Uhr | Google Unternehmensprofil – Nächste Schritte
- 16.05.23 | 08:30 Uhr | Prinzip Datenschutz: wichtige Basics für Online-Händler
- 17.05.23 | 08:30 Uhr | Online-Riese Amazon: Wie kleine und mittelständische Handelsunternehmen auf dem Marktplatz verkaufen können
- und weitere: <https://www.erfolgreich-handeln.bayern>



Dr. Georg Wittmann



0941 943-1891



georg.wittmann@ibi.de



ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25 93053 Regensburg



LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/georg-wittmann-99052442/>



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstr. 25

93053 Regensburg

Tel.: 0941 943-1901

Fax: 0941 943-1888

E-Mail: info@ibi.de

