



Foto: styl/neemel - Fotolia.com

Internationalisierung von Webshops

Bei der Besetzung internationaler Märkte lohnt es sich, der Erste zu sein, da der Versandhandel und damit der E-Commerce mittelfristig diesen Weg gehen wird, um einer Marktsättigung im Inland zu begegnen. Wir wollten mehr zu diesem Thema wissen und fragten bei Johannes W. Klinger von der WEBSALE AG nach (René Gelin/mw)

Warum können mehrsprachige Webshops selbst dann sinnvoll sein, wenn man nur innerhalb Deutschlands liefert?

Johannes W. Klinger Türkisch- oder russischstämmige Kunden zum Beispiel werden es, auch wenn sie gut Deutsch können, als komfortabel empfinden, wenn sie einen Shop in ihrer Muttersprache nutzen können. Deutschland ist faktisch ein Einwanderungsland, es ist daher mittel- und langfristig mit einem wachsenden Anteil kaufkräftiger Zuwanderer zu rechnen. Aus Sicht des Händlers wird damit ein Service geboten, der ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber Mitbewerbern schafft. Bei spezialisierten Shops sollte man die Sprachen primär nach den Produkten und damit zielgruppenabhängig auswählen. Ein Wein-Versandhändler zum Beispiel, der sich auf Erzeuger aus Italien konzentriert, könnte durchaus von einer italienischen Version seines Shops profitieren. Ein Anbieter von Golfartikeln wird mit einer englischen Version vermutlich auch gute Erfolge haben.



„Wer professionell verkaufen möchte, sollte komplett übersetzen lassen, weil der Shop sonst nicht seriös wirkt.“

Johannes W. Klinger, Vorstandsvorsitzender der WEBSALE AG (<http://websale.de>)

Welche Vorteile ergeben sich für den Shopbetreiber daraus?

Johannes W. Klinger Abgesehen von der Alleinstellung gegenüber Mitbewerbern, die mehr Marktanteile innerhalb Deutschlands ermöglicht, bietet ein fix und fertig übersetzter Shop natürlich ideale Startbedingungen für eine Ausweitung des Versandhandels auf das entsprechende Land.

Gibt es eine maximale Anzahl von Sprachen, die ein Shop abbilden sollte?

Johannes W. Klinger In technischer Hinsicht gibt es kein oberes Limit, sofern man das richtige Shopsystem hat.

Die Anzahl wird eher dadurch begrenzt, welche Möglichkeiten der Händler hat, Fragen in den jeweiligen Sprachen zu beantworten oder durch erhöhte Lieferrisiken in bestimmten Ländern.

Das Ganze ist für einen Websteller recht teuer, schließlich müssen die Übersetzungen angefertigt werden. Gibt es da vielleicht einen Trick?

Johannes W. Klinger Einen Trick gibt es nicht, aber clevere arbeitssparende Tools wie die Übersetzerplattform von WEBSALE. Diese webbasierte Arbeitsoberfläche macht es möglich, dass mehrere Übersetzer und Designer parallel arbeiten können. Dadurch verkürzt sich auch die Zeit bis zur Fertigstellung eines übersetzten Shops gegenüber konventionellen Arbeitsabläufen um bis zu 50 Prozent.

Muss der Shop komplett in eine andere Sprache gebracht werden oder reichen bestimmte Teile?

Johannes W. Klinger Unser Standpunkt lautet: Wer professionell verkaufen möchte, sollte komplett übersetzen lassen, weil der Shop sonst nicht seriös wirkt. Mit den richtigen Tools sind die Aufwände überschaubar – sowohl bei der Ersterstellung als auch bei der späteren Pflege.

Was passiert bei Bestellungen ins Ausland? Welche Kosten sollten da vom Händler angesetzt werden?

Johannes W. Klinger Einkalkuliert werden müssen vor allem länderabhängige Versand- und Retourenkosten. Um nicht bezahlte Lieferungen auszuschießen, sollte der Händler zudem nur Zahlungsarten mit Garantie des Gelderhalts einsetzen.

Kaufen ausländische Käufer in deutschen Shops ein?

Johannes W. Klinger Meines Wissens ist das, außer bei speziellen Produkten, noch eher der Ausnahmefall. Ein Grund sind, gerade bei kleineren Bestellungen, die Versandkosten, die innerhalb Deutschlands immer noch niedriger sind als quer durch Europa oder gar nach Übersee. Auch die Lieferzeit ist innerhalb Deutschlands meist deutlich kürzer. Denn wer will heute noch 4 Tage oder länger auf eine Lieferung warten?

Wie sieht das rechtlich aus, wenn die Ware reklamiert wird?

Johannes W. Klinger Es gelten zunächst in einem Shop die Regeln des Landes, in dem der Shop rechtlich betrieben wird. Diese sind im Shop als AGB oder Lieferkonditionen hinterlegt. Der Händler kann bei uns auch einen Subshop eröffnen, in dem z. B. nur eine Sprache für eine bestimmte Zielregion unterstützt wird und aus dem nur die Länder dieser Region beliefert werden. In diesem Shop kann der Händler die Konditionen dann je nach Rechtslage so festlegen, wie es in dieser Region angemessen ist.

Und welche Payment-Verfahren muss der Händler anbieten?

Johannes W. Klinger In etlichen Ländern gibt es gut eingeführte Zahlungsarten, die nur dort bekannt sind, aber dort eine hohe Verbreitung und Akzeptanz haben. Ein Beispiel dafür ist iDEAL in Holland. In Frankreich hingegen erfreut sich die Zahlung mit Scheck nach wie vor großer Beliebtheit. Außerdem gibt es die weltweit gültigen Zahlungsarten mit gewissen Zahlungsgarantien, hier seien beispielhaft Kreditkarten und PayPal genannt. ■