



Ländersteckbrief

E-Commerce - Großbritannien



Was sind die Eckdaten des E-Commerce in Großbritannien? Wie lässt sich das landestypische Online-Konsumverhalten zusammenfassen?¹

Eckdaten:

- Marktvolumen B2C: 71,13 Mrd. € (2021)²
- Marktvolumen B2B: 183,11 Mrd. € (2021)

- Großbritannien hat in Europa mit 93 % im Jahr 2021 den höchsten Anteil an Online-Einkäufern. Im gleichen Jahr wurden 10,3 % des BIP durch E-Commerce erwirtschaftet.

Wachstumsprognosen:

- Marktvolumen B2C: 115,22 Mrd. € (2025)
- Marktvolumen B2B: 294,62 Mrd. € (2025)

Wichtig für Kaufentscheidung der Konsumenten sind:

- Kostenlose bzw. geringe Lieferkosten.
- Kostenlose Rücksendungen und Kundenservice nach dem Kauf.
- Online-Shopping durch leicht bedienbare Nutzeroberfläche angepasst an Mobilgeräte.

Eckdaten des Gesamtmarkts (B2C & B2B)

Marktvolumen B2C:	71,13 Mrd. € (2021)
Marktvolumen B2B:	183,11 Mrd. € (2021)

Wachstumsprognosen:

Marktvolumen B2C:	115,22 Mrd. € (2025)
Marktvolumen B2B:	294,62 Mrd. € (2025)

Verkaufssaisonen (Spezifische Shopping-Days?)

Black Friday:

Erster Freitag nach dem amerikanischen Erntedankfest (Thanksgiving) - 25.11.2022

Cyber Monday:

Am ersten Montag nach dem Black Friday, 28.11.2022

Vorweihnachtszeit: (vor dem 25.12.)

Was sind landesspezifische Merkmale des Online-Handels in GB? Gibt es einen nationalen E-Commerce-Markt oder wird viel in ausländischen Shops eingekauft?

■ B2C und B2B:

- Im B2C, wie auch im B2B Bereich zeigen Konsumenten keine Präferenz bezüglich des Herkunftslandes von E-Commerce Unternehmen oder Plattformen.
- Wichtige Faktoren sind die Benutzerfreundlichkeit und guter Kundendienst.
- Es gibt zwar landeseigene Plattformen, diese stellen allerdings zu den großen amerikanischen Anbietern Amazon, Ebay und Etsy nur einen kleineren Marktanteil dar.
- Nur im Lebensmittelbereich kann sich Tesco ([🌐 https://www.tesco.com/](https://www.tesco.com/)) gegenüber anderen Anbietern im E-Commerce Markt durchsetzen.

¹ Zur besseren Lesbarkeit wird in diesem Steckbrief das generische Maskulinum genutzt, um alle Geschlechter anzusprechen und zu inkludieren.

² Währungsumrechnung vom 15.08.2022

[🌐 https://www.oanda.com/currency-converter/de/?from=EUR&to=GBP&amount=1](https://www.oanda.com/currency-converter/de/?from=EUR&to=GBP&amount=1)

Was sind die Top-Warengruppen, die über den E-Commerce verkauft werden? (B2C vs. B2B) Welche digitalen Verkaufskanäle werden genutzt? Was sind die Trends?

Warengruppen:

■ B2C:

- Produkte aus dem Bereich Spielzeuge, Hobby & DIY
- Elektroartikel und Unterhaltungsmedien
- Lebensmittel
- Einrichtungsgegenstände und Haushaltsgeräte

■ B2B:

- Konsumgüter
- Elektronikartikel und -geräte
- Handwerkszeug
- pharmazeutische Produkte und Medikamente

Trends:

- **Personalisierte Inhalte** werden für den B2B E-Commerce immer wichtiger.
 - ▶ Kaufentscheidungen treffen häufiger auf Anbieter mit personalisierten Inhalten und Angeboten, daher ist es ratsam eine E-Commerce Plattform zu wählen, die diese Option anbietet.
- **Chatbots** sind aufgrund ihrer kosteneffektiven Eigenschaften in Großbritannien sehr beliebt bei B2C Unternehmen für deren Kundenkommunikation. B2B Konsumenten bevorzugen noch Remote-Kontakt mit menschlichen Ansprechpartnern unter anderem für erstmalige und fortlaufende Bestellungen sowie die Lieferantenauswahl.
- **Seit der Pandemie werden Lebensmittel** im B2C-Bereich online eingekauft, laut Prognosen soll dieser Trend über die Pandemie hinaus andauern.
- **Weiterhin werden In-App-Einkäufe** auf Social Media Plattformen, wie etwa auf der Plattform Instagram <https://www.instagram.com/> immer beliebter. Zudem bietet die Plattform eine eigene B2B -Plattform Instagram Business: <https://business.instagram.com/> an, auf der sich Unternehmen vernetzen können.
- Zudem wird Omnichannel-Retailing, also die kanalübergreifende Präsenz, Verkauf und Kundenbetreuung immer wichtiger.

Wichtigste Marktplätze / Plattformen:

Plattformen werden nach Relevanz im Markt dargestellt:

PLATTFORMEN IM B2C-BEREICH	PLATTFORMEN IM B2B-BEREICH
Amazon: https://www.amazon.com/	BigCommerce: https://www.bigcommerce.com/
Ebay: https://www.ebay.com/	nopCommerce: https://www.nopcommerce.com/en
Etsy: https://www.etsy.com/	OroCommerce: https://oroinc.com/b2b-ecommerce/
Tesco: https://www.tesco.com/	Shopify Plus: https://www.shopify.co.uk/plus
Wayfair: https://www.wayfair.com/	Amazon Business UK: https://business.amazon.co.uk/
OnBuy: https://www.onbuy.com/	
ManoMano: https://www.manomano.co.uk/	
Zalando: https://www.zalando.com/	
Shopify Plus: https://www.shopify.co.uk/plus	

Über welche Kanäle wird Online-Marketing betrieben? Welche Suchmaschinen werden benutzt?

Social Media Plattformen:

- Viele junge Unternehmen nutzen Direct-to-Client (DTC)-Vertriebskanäle, d.h. die direkte Ansprache der Endkunden durch das Unternehmen über Social Media Plattformen sowie über Kooperationen mit zielgrupperelevanten Influencern.
- Meistgenutzten Social Media Plattformen sind Youtube, Facebook und LinkedIn:

- Youtube: <https://www.youtube.com/> (57,6 Mio. Nutzer)
- Facebook: <https://www.facebook.com/> (35,1 Mio. Nutzer)
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/> (34 Mio. Nutzer)
- Instagram: <https://www.instagram.com/> (31,8 Mio. Nutzer)
- TikTok: <https://www.tiktok.com/> (21,8 Mio. Nutzer)
- Snapchat: <https://www.snapchat.com/> (20,7 Mio. Nutzer)

Optimierung von Onlinepräsenz: Search Engine Marketing (SEM):

- Google Analytics: <https://analytics.google.com/analytics/web/>
- Google AdSense: https://www.google.com/intl/de_de/adsense/start/
- UNBXD: <https://unbx.com/docs/site-search/> (Onlineshop Optimierung)

Optimierung von Onlinepräsenz: Eigene Plattform

- Google Analytics
- Einheitliche Inhalte und "Brand-Image"
- Plattform sollte für alle Nutzertypen (Mobilgerät, App, oder Laptop) einfach zu bedienen sein.

Onlinesuchmaschinen B2C: (geordnet nach Relevanz im Zielmarkt)

- Google: <https://www.google.com/> (91,7 %)
- Bing: <https://www.bing.com/> (5.1 %)
- Yahoo!: https://www.yahoo.com (1,6 %)

Onlinesuchmaschinen B2B: (geordnet nach Relevanz im Zielmarkt, warenübergreifend)

- Applegate: <https://www.applegate.co.uk/>
- Screwfix: <https://www.screwfix.com/>
- Brickhunter: <https://brickhunter.com/>

Wie wichtig ist Social Media für Online-Marketing und Vertrieb? Welche digitalen sozialen Netzwerke werden verwendet?

- Für die Inhalte auf allen traditionellen und modernen Vertriebskanälen wird von B2B und B2C Kunden ein einheitliches, plattformübergreifendes Markenimage und -konzept erwartet.
- Verbunden mit einem umfangreichen Kundenservice und benutzerfreundlicher Benutzeroberfläche erwarten britische Kunden ein reibungsloses Einkaufserlebnis.
 - Auch für B2B Kunden wird eine mit dem Smartphone zugängliche Plattform und eine dazugehörige App immer wichtiger.
- In-App Purchases, also das Einkaufen von Produkten eines Unternehmens direkt über ein Social Media Netzwerk, wie z.B. Instagram Shopping ([🔗 https://business.instagram.com/shopping?locale=en_GB](https://business.instagram.com/shopping?locale=en_GB)) gewinnt immer mehr an Popularität.
- Meistgenutzte Social Media Plattformen sind:
 - Instagram: [🔗 https://www.instagram.com/](https://www.instagram.com/) (31,8 Mio. Nutzer)
 - Facebook: [🔗 https://www.facebook.com/](https://www.facebook.com/) (35,1 Mio. Nutzer)
 - TikTok: [🔗 https://www.tiktok.com/](https://www.tiktok.com/) (21,8 Mio. Nutzer)
 - Pinterest: [🔗 https://www.pinterest.co.uk/](https://www.pinterest.co.uk/) (16,7 Mio. Nutzer)

Bei welchen Warengruppen gibt es Besonderheiten in der Logistik im Zielmarkt?

- Die bei der Einfuhr nötigen Maßnahmen und Übergangsfristen nach dem Brexit unterscheiden sich je nach Warenkategorie und werden schrittweise umgesetzt.
 - Leitfaden der britischen Regierung für EU-Unternehmen:
[🔗 https://www.gov.uk/government/collections/trade-with-the-uk-as-a-business-based-in-the-eu](https://www.gov.uk/government/collections/trade-with-the-uk-as-a-business-based-in-the-eu)
- Die Einfuhrprozesse werden voraussichtlich in den kommenden Monaten verschärft werden. Großbritannien hatte zuletzt im April 2022 die Verhandlungen über die Bestimmungen zu dem Warenverkehr mit der EU verzögert. Die neuen Vorschriften werden voraussichtlich Anfang 2023 in Kraft treten.
 - Deutsche Zollbehörde: [🔗 https://www.zoll.de/DE/Home/home_node.html](https://www.zoll.de/DE/Home/home_node.html)
 - Britische Zollbehörde: [🔗 https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs](https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs)

Welche Bezahlungsfunktionen sollten angeboten werden? Was sind die gängigsten Zahlungsdienstleister?

- Kreditkarte: (40 %)
- Debitkarte: (35 %)
- E-Wallets: (25 %)
- ▶ PayPal davon am meisten genutzt: <https://www.paypal.com/> (21 %)

Welche rechtlichen Aspekte sind wichtig für den E-Commerce in GB? Gibt es Besonderheiten im Vergleich zu Deutschland? Was ist im Bereich Steuern zu beachten?

Mehrwertsteueränderungen aufgrund des BREXIT:

- Wegfall des Low Value Consignment Relief, der Güter unter dem Wert von 15 Britische Pfund (GBP, 17,75 €) von der Mehrwertsteuer zuvor befreite.
- Für Importe von Gütern unter dem Wert von 135 GBP (160 €), wird der Punkt, bei dem die Mehrwertsteuer erhoben wird vom Punkt der Einfuhr auf den Punkt des Verkaufs verschoben.
- B2B-Güter, die den Warenwert von 135 GBP (160 €) nicht übersteigen, werden ebenfalls bei Einfuhr mit neuen Regeln konfrontiert sein.
- Ist der Verkäufer aber in Großbritannien mit einer Steuernummer registriert und somit steuerpflichtig, erhält der Verkäufer die das Steueraufkommen durch den Konsumenten mittels Umkehrung der Steuerschuldnerschaft wieder.
- Diese Änderungen bringen oft eine Erhöhung der Lieferkosten mit sich.

Bei welchen Themen sollte man im E-Commerce in GB besonders sorgfältig sein? Wo liegen die größten Stolperfallen?

- **Customer Service essenziell:**
 - Kunden erwarten menschliche und maschinelle Unterstützung für Retouren und Unterstützung beim Einkauf.
 - Kunden sind bereit höhere Preise für einen besseren Kundenservice zu zahlen.
- **Nutzergenerierter Inhalt wichtig für Kaufentscheidung:**
 - Für etwa 37 % der Konsumenten sind die Rezensionen anderer Konsumenten essenziell für die Kaufentscheidung.
 - Etwa die Hälfte sucht gezielt nach Rezensionen und Produktbildern anderer Konsumenten bevor der Kauf getätigt wird.
- **Versandkosten, ebenso wie viele lange Lieferzeiten**
 - Langatmige Rückgabeprozesse sind ein Argument gegen die Kaufentscheidung im Onlinehandel.
- **Privatsphäre schützen**
 - Online-Marketing nicht aggressiv betreiben, sondern durch Kundenrezensionen punkten.
 - Kaltakquise und Emails werden als stark negativ angesehen und sind der häufigste Grund für eine Disqualifikation eines Händlers im Kaufprozess.

Ansprechpartner in Großbritannien:

German-British Chamber of Industry & Commerce

➔ Website: <https://grossbritannien.ahk.de/>

Adresse:

Mecklenburg House
16 Buckingham Gate
SW1E 6LB London

@ E-Mail: mail@ahk-london.co.uk

☎ Telefon: +44 (0) 20 797 64 100

Office of the Free State of Bavaria

➔ Website: www.bayern.de/staatskanzlei/bayern-in-london/

Ansprechpartner: Anna Katharina Schennach

Adresse:

7-8 Stratford Place
W1C 1AY London

@ E-Mail: annakatharina.schennach@internationaloffice.bayern

☎ Telefon: + 44 7742554152

Impressum:

Verleger und Herausgeber:

BIHK Service GmbH
Gertrud Oswald
Max-Joseph-Straße 2
80333 München

☎ 0911 23386-3

@ info@awz-bayern.de

➔ www.international.bihk.de

Ansprechpartner:

Ina Knausenberger
Referentin Europa, Südostasien,
Australien/Neuseeland

☎ 089 5116-1473

@ knausenberger@muenchen.ihk.de

Verfasser:

AHP International GmbH & Co. KG

Goethestraße 8
69115 Heidelberg
Franziska Wegerich
Senior Manager & Head of Public Trade Services

@ E-Mail: wegerich@ahp-international.com

Michèle Benker

Consultant

@ E-Mail: benker@ahp-international.com

Leon Hoberg

Project Assistant

@ E-Mail: hoberg@ahp-international.com

Bildnachweis: Titel: [chayanuphol/shutterstock](https://www.shutterstock.com/de/image-photo/businessman-holding-future-world-metaverse-internet-2087129305)

<https://www.shutterstock.com/de/image-photo/businessman-holding-future-world-metaverse-internet-2087129305>

Stand: September 2022

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.