



Ländersteckbrief

E-Commerce - USA



Industrie- und Handelskammern
in Bayern



Arbeitsgemeinschaft der
bayerischen Handwerkskammern

Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



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

Eckdaten:

- Marktvolumen B2C: 751,70 Mrd. € (2022)
- Marktvolumen B2B: 8.145,15 Mrd. € (2021)

13% des B2B Handels wird in den USA online abgewickelt (2021) zum Vergleich in Deutschland lag dieser Anteil bereits im Jahr 2018 bei 24%

Wachstumsprognosen:

- Marktvolumen B2C: 1.264,5 Mrd. € (2025)
- Marktvolumen B2B: 17.939,2 Mrd. € (2027)

Wichtig für Kaufentscheidung der Konsumenten sind:

- Kostenlose bzw. geringe Lieferkosten
- Kostenlose Rücksendungen
- Lokaler Onlineshop und Kundenservice
- Gute Kundenbewertungen: peer-review-culture

Eckdaten des Gesamtmarkts (B2C & B2B)

Marktvolumen B2C: 751,70 Mrd. € (2022)
Marktvolumen B2B: 8.145,15 Mrd. € (2021)

Wachstumsprognosen:

Marktvolumen B2C: 1.264,5 Mrd. € (2025)
Marktvolumen B2B: 17.939,2 Mrd. € (2027)

Verkaufssaisonen (Spezifische Shopping-Days?)

Labor Day:

1. Montag im September; 05.09.2022

Black Friday:

erster Freitag nach dem amerikanischen Erntedankfest (Thanksgiving); 25.11.2022

Vor den Weihnachtsfeiertagen

(Christmas und Boxing Day am 25.12 - 26.12)

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

B2C:

- Starke Nutzung nationaler E-Commerce Plattformen der Anbieter Amazon, Walmart, Facebook Marketplace aber auch Alibaba (aus China); gerade im B2C Bereich werden vorwiegend nationale Plattformen genutzt.
- Daraus resultierende landesspezifische Merkmale:
 - Aufgrund der hohen Dienstleistungsorientierung ist eine gute und lokale Erreichbarkeit der Anbieter unabdingbar
 - Relevanz von peer-reviews und guten Rezensionen und Kundenbewertungen für Kaufentscheidung von Konsumenten
- Nutzung von Direct-to-Customer (DTC)-Sales Channels über Social Media Plattformen wird meist von jungen Unternehmen, was Marketingkosten geringhält.

B2B:

- Nutzung von Direct-to-Customer (DTC)-Sales Channels über Social Media Plattformen meist von jungen Unternehmen.
- Präferenz der Nutzung nationaler Plattformen wie z.B. Amazon Business und Thomas Net.
- E-Commerce, der über die Landesgrenzen hinweg getätigt wird (Cross-Border E-Commerce) beträgt nur etwa 3% am gesamten E-Commerce Markt.
 - ↳ Dies bedeutet, dass der B2B-E-Commerce stark von inländischen Anbietern und inländischen Konsumenten dominiert wird.

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

- Bekleidung und Schuhe, Accessoires, Reisebuchungen, Musik (stream und haptisch), Bücher (e-book und haptisch), Elektroartikel, wie Handys, Tablets, oder Laptops.

B2B

- Automotive Et Transport-, sowie Autoersatzteile (hohe Maturität des Marktes).
- Konsumgüter/ Consumer Goods und pharmazeutische Produkte und Medikamente (niedrige Maturität im Markt, hohes Wachstum erwartet; es existieren einige spezialisierte Online-Marktplätze).

Trends:

- Durch die demographische Veränderung der Entscheidungsträger innerhalb von Unternehmen werden immer mehr B2B Marktplätze bevorzugt, deren Website und Bestellvorgang auch auf mobilen Geräten gut dargestellt werden.
 - Fast 70% der B2B-Transaktionen in den USA werden von mobilen Geräten getätigt.
 - Produktplatzierung und -präsentation auf B2B-Plattformen, die ebenfalls eine mobile Version der Website oder App anbieten, wie z.B. Amazon Business, Shopify, oder auch Alibaba ist daher ratsam.
- Online-Marktplätze nutzen Cloud-Infrastruktur, um die erhobenen Daten zu analysieren.

Wichtigste Marktplätze / Plattformen¹:

PLATTFORMEN IM B2C-BEREICH	PLATTFORMEN IM B2B-BEREICH
Amazon.com, Inc.: https://www.amazon.com/ (Anteil 56,7% in 2021)	Alibaba: https://www.alibaba.com/
Bestbuy: https://www.bestbuy.com/	Amazon Business: https://business.amazon.com/ (Anteil 1,7% in 2021)
Ebay: https://www.ebay.com/	eWorldtrade: https://www.eworldtrade.com/
Etsy: https://www.etsy.com/	Facebook Marketplace: https://www.facebook.com/marketplace/learn-more/
Houzz: https://www.houzz.com/	Shopify: https://www.shopify.com/
Shopify: https://www.shopify.com/	Thomas Net: https://www.thomasnet.com/
Google Shopping: https://www.google.com/	
eBid: https://www.ebid.net/us/	
Walmart Marketplace: https://marketplace.walmart.com/ (Anteil 25% in 2021)	

¹ Anteil am Markt, sofern verfügbar, angegeben.

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

E-Mail-Marketing, Newsletter, Kundenmailings erfolgen über Tools wie: Mail Chimp : <https://mailchimp.com/de/>

- Mail Chimp: <https://mailchimp.com/de/>
- Constant Contact: <https://go.constantcontact.com/>

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.
- Meistgenutzte Social Media Plattformen sind Facebook, Instagram, Snapchat und Tiktok:
 - Facebook: <https://www.facebook.com/> (179,65 Mio. Nutzer)
 - Instagram: <https://www.instagram.com/> (170 Mio. Nutzer)
 - Snapchat: <https://www.snapchat.com/> (107,95 Mio. Nutzer)
 - Tiktok: <https://www.tiktok.com/> (84,9 Mio. Nutzer)

Optimierung von Onlinepräsenz: Search Engine Marketing (SEM):

- Search Engine Optimization (SEO)
- Search Engine Advertisement (SEA)

Optimierung von Onlinepräsenz: Eigene Plattform

- Google Analytics
- UNBXD: <https://unbx.com/docs/site-search/> (Onlineshop Optimierung)

Onlinesuchmaschinen B2C: (geordnet nach Relevanz im Zielmarkt)

- Google: <https://www.google.com/>
- Bing: <https://www.bing.com/>
- Yahoo: <https://yahoo.com/>
- Ask: <https://www.ask.com/>

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

- Business: <https://www.business.com/>
- Jayde: <https://www.jayde.com/>
- Alibaba: <https://www.alibaba.com/>

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

- Social Media wird deutlich häufiger in den USA für Direktvertrieb und Marketing als in Deutschland genutzt.
- Im B2C-Bereich seitens des Unternehmens wird über Social Media direkt mit dem Endkunden kommuniziert.
 - Serviceanfragen werden bearbeitet
 - Produkte und Dienstleistungen werden durch gezielte Anzeigen (target ads), sowie durch Kooperationen mit zielgruppenrelevanten Influencern beworben
 - Unternehmen und Produkte rezensiert und bewertet
 - Meistgenutzte Social Media Plattformen sind:
 - ▶ Facebook: <https://www.facebook.com/> (179,65 Mio. Nutzer)
 - ▶ Instagram: <https://www.instagram.com/> (170 Mio. Nutzer)
 - ▶ Snapchat: <https://www.snapchat.com/> (107,95 Mio. Nutzer)
 - ▶ Tiktok: <https://www.tiktok.com/> (84,9 Mio. Nutzer)
- Ebenfalls kann auf den relevanten Social Media Plattformen die Produktpräsentation angepasst an die Zielgruppe einfach präsentiert werden, z.B. durch Produktvideos oder Interaktionen mit Influencern.

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

- Importbeschränkte Waren und Gegenstände, dazu zählen u.a. Alkoholische Getränke.
- Wichtige Informationen an die Anforderungen für den Import bestimmter Waren, oder Produktzulassungen von Nahrungs- oder Arzneimitteln bietet die U.S. Food and Drug Administration (FDA), die US-Aufsichtsbehörde für Lebens- und Arzneimittelüberwachung: <https://www.fda.gov/>
- Durch die hohe Dienstleistungsbereitschaft lokaler Unternehmen und die damit verbundene Erwartung kostenloser Retouren und geringen Lieferkosten bietet sich eine Kooperation mit einem lokalen Fulfillment-Unternehmen an, um diese möglichst gering zu halten.

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

- Onlinebezahlungsmethoden, wie z.B. Paypal, und Kreditkartenzahlungen werden am häufigsten genutzt.
- Häufig genutzte Online-Zahlungsmethoden:
 - Amazonpay: <https://pay.amazon.de/>
 - Applepay: <https://www.apple.com/de/apple-pay/>
 - Cashapp: <https://cash.app/>
 - Googlepay: https://pay.google.com/intl/de_de/about/
 - Paypal: <https://www.paypal.com/>
 - Stripe: <https://stripe.com/de>
 - Venmo: <https://venmo.com/>

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

- Die rechtlichen Anforderungen in den USA an Unternehmen im E-Commerce Bereich ähneln den deutschen Anforderungen.
- Allgemein wird der Preis exklusive Steuern in den USA angezeigt.
- Bei einigen lokalen Onlineshops im B2C-Bereich müssen die folgenden Nachweise erbracht werden (hier z.B. bei Walmart Marketplace):
 - Erfahrung im Verkauf auf Online-Marktplätzen oder E-Commerce
 - US Business Tax ID (EIN) und Formular W-9 (Formular, um eine Steueridentifikationsnummer zu beantragen)
 - GTIN/UPC GS1 Firmen-Präfix-Nummer
 - Erfolgsbilanz im Bereich erstklassiger Kundenservice
 - B2C-Lager in den USA mit Versand- und Rückgabemöglichkeit oder Fulfillment durch Walmart Fulfillment Services

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

Customer Service essenziell:

- Erreichbarkeit zu den üblichen US-Geschäftszeiten (9-18 Uhr) über mehrere Kanäle (Telefon, E-Mail, Chat Bots, Social Media-Plattformen, wie z.B. Facebook).
- US-Telefonnummer und E-Mail-Adresse wichtig für die Kontaktaufnahme.
- Kundenorientierte Website: einfache Handhabung und übersichtliche Präsentation der Produkte, sowie Verlinkungen zu den Social Media Seiten des Unternehmens.

Deutsche Qualität und guter Kundenservice

- Unique Selling Point (USP) im US-amerikanischen Markt.

Versandkosten, ebenso wie viele lange Lieferzeiten

- langatmiger Rückgabeprozess sind ein Argument gegen die Kaufentscheidung im Onlinehandel.

Privatsphäre schützen

- Online-Marketing nicht aggressiv betreiben, sondern durch Peer-to-Peer Reviews und Kundenrezensionen punkten.

Ansprechpartner in Land USA:

Deutsch–Amerikanische Handelskammer

Website: <https://ahk-usa.com/>

Adresse:

@ E-Mail: info@gaccny.com (Standort New York)

☎ Telefon: +1 (212) 974-8830

State of Bavaria U.S. Offices for Economic Development, LLC (East Coast Division)

Website:

🔗 <https://www.bavariaworldwide.de/new-york/home/>

Adresse:

c/o GACC Office
80 Pine Street // 24th Floor
10005 New York

Ansprechpartner:

Janet Danisman

@ E-Mail: newyork@bavaria.org

☎ Telefon: +1 212 317-0588

State of Bavaria U.S. Offices for Economic Development, LLC (West Coast Division)

Website:

🔗 <https://www.bavariaworldwide.de/en/sanfrancisco/home/>

Adresse:

101 Montgomery Street, Suite 1900
San Francisco, CA 94104

Ansprechpartner:

James E. Mister

@ E-Mail: sanfrancisco@bavaria.org

☎ Telefon: +1 415 362-1001

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

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: Juli 2022

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