

# Grenzüberschreitender Online-Einkauf Verlockend – aber nicht ohne Risiko

*Mitteilung: Universität Siegen*

**Online-Shopping bei Händlern im Ausland erfreut sich zunehmender Beliebtheit. Dabei ist der grenzüberschreitende Online-Einkauf oft risikobehaftet und kann Probleme mit sich bringen. Das zeigt eine Studie von WissenschaftlerInnen der Universität Siegen.**

**M**it wenigen Klicks ist das neue Sommerkleid online bestellt. Zuhause kann es in Ruhe anprobiert werden. Passt oder gefällt es nicht, geht es als Retoure zurück zum Händler – und das in vielen Fällen sogar kostenfrei. Was beim Online-Shopping innerhalb Deutschlands ganz einfach ist, gestaltet sich deutlich schwieriger, wenn der Händler im Ausland sitzt. Muss das Sommerkleid beispielsweise nach China zurückgeschickt werden, wird es schnell kompliziert und teuer. Möglicherweise kostet die Retoure sogar mehr, als das Kleidungsstück selbst. Welche Risiken und Probleme grenzüberschreitender Online-Handel für VerbraucherInnen mit sich bringen kann und wie gut diese darüber informiert sind, haben WissenschaftlerInnen der Universität Siegen untersucht. Die Studie „Die Rolle des Verbraucherschutzes beim grenzüberschreitenden Online-Handel“ entstand am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel, den Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein innehat. Das Forschungsprojekt wurde vom Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) gefördert.

„Zwei Drittel aller Online-Shopper in Deutschland überschreiten bei ihren Einkäufen die nationale Grenze. Die meisten Online-Einkäufe finden sogar im Nicht-EU-Ausland statt, sodass die Verbraucherschutzmechanismen innerhalb des EU-Binnenmarktes nicht zum Tragen kommen“, erklärt Prof. Schramm-Klein, die die Studie gemeinsam mit Anne Fota und Dr. Gerhard Wagner umgesetzt hat. Am häufigsten bestellen Kunden Bekleidung im Ausland, gefolgt von Elektronik-Produkten wie Smartphones oder Computern. „Die Möglichkeit, online weltweit einzukaufen, bringt Verbraucherinnen und Verbrauchern viele Vorteile. Sie haben mehr Auswahl und können auch auf Produkte zugreifen, die es in Deutschland nicht gibt. Unter Umständen lässt sich auch ein günstigerer Preis erzielen“, sagt Prof. Schramm-Klein. Jedoch zeige die Studie auch, dass bei einer Vielzahl der Online-Einkäufe im Ausland Schwierigkeiten auftreten.

Neben Experten-Interviews und 40 ausführlichen Verbraucherinterviews umfasste das Projekt auch eine repräsentative Online-Befragung unter insgesamt 2.000 deutschen Internet-

NutzerInnen. 60,5 Prozent gaben an, bei oder nach einem Online-Kauf im Ausland schon Probleme gehabt zu haben – sei es bei der Lieferung, mit dem Produkt selbst oder bei der Kommunikation mit dem Händler. Nur in den wenigsten Fällen konnten diese Probleme voll und ganz gelöst werden. „Kunden sind beim grenzüberschreitenden Online-Handel besonders verletzlich“, sagt Gerhard Wagner. Das liege auch daran, dass sie in den meisten Fällen nur unzureichend informiert seien. „Das Wissen über die eigenen Rechte und Pflichten bei Online-Einkäufen im Ausland ist gering. Häufig versuchen Kunden gar nicht erst, die eigenen Rechte in Anspruch zu nehmen, weil sie glauben, das sei ohnehin zu umständlich oder teuer.“

Wer sich für einen grenzüberschreitenden Online-Einkauf entscheidet, sollte sich vorher gut informieren und die Vor- und Nachteile sorgsam abwägen, empfehlen die WissenschaftlerInnen. Ihre Studie zeigt aber auch: Nicht immer sind solche Einkäufe eine bewusste Entscheidung. Viele Kunden kaufen bei Händlern im Ausland, ohne es überhaupt zu merken. „Zehn Prozent aller Online-Shopper geben an, nicht zu wissen oder unsicher zu sein, ob sie schon einmal grenzüberschreitend eingekauft haben. Selbst auf Plattformen wie Amazon oder Ebay kann das passieren – wer nicht sehr genau darauf achtet, bemerkt häufig erst im Nachhinein, woher der bestellte Artikel wirklich kommt“, sagt Anne Fota. Zudem seien ausländische Online-Shops häufig schwer zu identifizieren: „Viele richten ihre Websites international aus oder passen sie an das jeweilige Zielland an. Das macht es den Kunden noch schwerer.“

Aufklärung und konkrete Hilfestellungen sind aus Sicht der WissenschaftlerInnen dringend notwendig. „Verbraucherinnen und Verbraucher sollten die Möglichkeit haben, sich vorab über Vorteile, aber auch über Risiken von Online-Käufen bei Händlern im Ausland zu informieren – und das möglichst einfach und unkompliziert“, sagt Prof. Schramm-Klein. Denkbar seien etwa eine digitale Plattform sowie Broschüren oder Flyer mit Informationen zu verschiedenen Ländermärkten und den dort jeweils geltenden Rahmenbedingungen. Auch Foren zum Erfahrungsaustausch oder Beratungsangebote via E-Mail, Telefon oder Chat sehen sie und ihr Team als gute Möglichkeiten, um präventiv auf Probleme hinzuweisen oder VerbraucherInnen dabei zu helfen, bereits entstandene Probleme zu lösen.

*PM v. 29.03.2019 12:34  
Tanja Hoffmann M.A.  
Stabsstelle für Presse, Kommunikation und Marketing  
Universität Siegen  
Quelle:  
[www.uni-siegen.de](http://www.uni-siegen.de)  
[www.idw-online.de](http://www.idw-online.de)*