

Drei Schritte zum erfolgreichen Online-Vertrieb in Frankreich

Der Umsatz des B2C E-Commerce in Frankreich belief sich im Jahr 2019 auf rund 105 Mrd. €. Damit landet unser westlicher Nachbar im europäischen Vergleich hinter Deutschland und dem Vereinigten Königreich auf Platz 3. Gleichzeitig bedeutete dies ein Wachstum von rund 12,5 % im Vergleich zum Vorjahr und zeigt: Frankreich bietet ein riesiges Potenzial – auch für deutsche Firmen!

Die Vorteile des Online-Vertriebs liegen für exportierende Firmen auf der Hand: Sie verfügen über eine durchgehend geöffnete Verkaufsplattform in einem Land, in dem sie dafür nicht einmal einen einzigen Mitarbeiter beschäftigen müssen. Das Unternehmen zeigt also trotzdem Präsenz vor Ort, obwohl diese physisch gar nicht vorhanden ist.

Das wirkt sich natürlich auch auf die mit dem Export verbundenen Kosten aus. Kaum eine Form des internationalen Vertriebs ist so günstig und schnell aufgebaut wie der Online-Handel. Auch die Pflege des Webshops ist naturgemäß weniger kostenintensiv als der Unterhalt einer Filiale oder eines Vertriebsbüros.

Dennoch gibt es beim Online-Vertrieb nach Frankreich, egal ob direkt über die eigene Webseite oder über eine E-Commerce-Plattform, einige wesentliche Aspekte zu beachten. In diesem Artikel zeigen wir Ihnen, worauf beim Aufbau einer gelungenen Online-Präsenz auf dem französischen Markt wirklich ankommt.

Der Aufbau eines erfolgreichen E-Commerce-Shops in Frankreich kann in drei Etappen unterteilt werden:

1. **Sorgfältige Planung** – Gründliche Marktrecherche
2. **Bewusste Expansion** – Übersetzung der Produktinformation, Lokalisierung, Berücksichtigung von rechtlichen und administrativen Rahmenbedingungen
3. **Pflege der Erfolge** – Zuverlässige Logistikpartner, Retourenlösungen für die Kunden, muttersprachlicher Kundenservice, Vermarktung des Online-Shops



Nehmen wir die einzelnen Schritte nun ein wenig näher unter die Lupe:

1. Sorgfältige Planung

Marktrecherche

Eine gute Vorbereitung schafft das Fundament für eine erfolgreiche Expansion nach Frankreich. Dazu gehört immer auch eine gründliche Marktrecherche: *Welche Produkte eignen sich für den grenzüberschreitenden Handel? Hat mein Produkt in Frankreich überhaupt Potenzial?*

Bettwäsche nach Frankreich zu verkaufen ist beispielsweise komplizierter, als man meinen würde. Während das Standardmaß für Bettdecken in Deutschland 135 mal 200 Zentimeter beträgt, gibt es in Frankreich nämlich verschiedene Größen, die jedoch alle erst ab 140 mal 200 Zentimeter beginnen. Somit sind deutsche Bettdeckenbezüge für den französischen Markt eher ungeeignet. Und das ist nur eines von vielen Beispielen.

Unsere Unterstützung für Sie umfasst deshalb:

- **Die Analyse des Potenzials und Positionierung Ihres Produkts in Frankreich:**
 - ✓ Ansprache von Experten, Händlern, potenziellen Kunden
 - ✓ Bestimmung Ihrer Zielgruppe in Frankreich
- **Die Erstellung eines Marktüberblicks**
 - ✓ Bestimmung des Marktvolumens
 - ✓ Aktuelle Trends und Entwicklungen
 - ✓ Konkurrenzanalyse („Best / Worst practices“)
 - ✓ Identifizierung der Vertriebsstruktur (online und offline)

2. Bewusste Expansion

2.1. Übersetzung der Produktinformationen

Ohne die **professionelle Übersetzung der Webseite bzw.** – im Falle des Vertriebs über eine E-Commerce Plattform wie Amazon – **der Produktinformation** ist eine internationale Expansion nicht machbar.

Eine grobe Übersetzung von Produktbeschreibungen oder gar ein Angebot auf Englisch reicht für den französischen Markt genauso wenig aus, wie eine maschinelle Übersetzung. Will ein Händler Erfolg haben, muss er seine Webseite vollständig ins Französische



übersetzen, **inklusive Produktbeschreibungen, allgemeinen Verkaufsbedingungen und gesetzlichen Pflichtangaben.**

Hierfür sollte man **auf ausgebildete Übersetzer** zurückgreifen, im besten Fall mit einer Spezialisierung auf den E-Commerce, die in der Lage sind, die Texte nicht nur an die Anforderungen im Zielland sondern auch an den entsprechenden Marktplatz anzupassen.

Unsere Unterstützung für Sie umfasst deshalb:

- **Die Professionelle Übersetzung Ihrer Website mit Nutzung des richtigen Wordings und der richtigen Keywords**

2.2. Lokalisierung der Produkte/ Leistungen

Eine Lokalisierung geht automatisch mit der Übersetzung der Website einher: Dazu zählt beispielsweise die Bearbeitung der Website für den Fall, dass man seine Waren nicht nur auf E-Commerce-Marktplätzen, sondern auch über einen eigenen Webshop anbieten möchte. Französische Verbraucher sind anspruchsvoll und erwarten, dass Händler aus dem Ausland **sich voll und ganz auf die lokalen Gegebenheiten einstellen.** So müssen **Produktmaße, -größen und andere Eigenschaften an die französischen Kunden angepasst werden.**

Unsere Unterstützung für Sie umfasst deshalb:

- **Die Anpassung Ihrer Produkte an den französischen Verbraucher**
 - ✓ Überprüfung und Anpassung der Produkteigenschaften
 - ✓ Anpassung der Verpackung

2.3. Klärung rechtlicher Fragen

Auch rechtliche Standards müssen an den französischen Markt angepasst werden. Vor einer Expansion nach Frankreich müssen sich Online-Händler der rechtlichen Besonderheiten in Bezug auf den Vertragsabschluss, Datenschutz, das Widerrufsrecht und Pflichtangaben bewusst machen, denn bei Verstößen gegen geltendes Recht können die Sanktionen durchaus schwerwiegend sein. So kommt beispielsweise nach deutschem Recht ein verbindliches Vertragsangebot erst durch die Bestellung eines Kunden zustande. In Frankreich wird die Darbietung der Produkte/Leistungen durch den Händler in seinem Webshop bereits als ein solches betrachtet; der Kunde nimmt es dann durch seine Online-Bestellung an.

Die Rechtsposition des Händlers in Frankreich gegenüber dem Kunden ist dadurch geschwächt. Grundsätzlich ist es daher jedem Online-Händler zu empfehlen, Rechtstexte vorab von Experten überprüfen zu lassen.



Unsere Unterstützung für Sie umfasst deshalb:

- **Hilfe bei der Erstellung der AGB und ggf. rechtliche Beratung durch unsere deutsch-französischen Anwälte von QIVIVE**
- **Ein generelles Briefing zu relevanten Unterschieden im deutschen und französischen Recht, die Sie kennen sollten**

2.4. Steuern / Zölle

Möglicherweise müssen Kunden/Importeure auf Güter, die sie nach Frankreich einführen wollen, Umsatzsteuer, Zölle und/oder Verbrauchssteuern entrichten, bevor sie die Waren in Empfang nehmen können.

Die jeweiligen Steuern und Zölle hängen davon ab, ob die Waren innerhalb oder außerhalb der EU abgeschickt wurden. Der französische Umsatzsteuersatz ist mit 20 % genauso hoch wie in Großbritannien und vielen anderen EU-Ländern. Allerdings sind die französischen Zollbestimmungen oftmals nicht so leicht zu durchblicken. Deutsche Unternehmen, die in Frankreich Umsätze über den Online-Vertrieb generieren, sind beispielsweise **ab einem Nettoumsatz von 35.000,-€/Jahr verpflichtet, die Umsatzsteuer in Frankreich anzumelden** und diese dort auch abzuführen.

Grundsätzlich empfiehlt es sich also auch in diesem Bereich, sich von vorneherein einen kompetenten Partner an Bord zu holen.

Unsere Unterstützung für Sie umfasst deshalb:

- **Die Steuerliche Beratung durch unsere deutsch-französischen Buchhalter von TAXALIS (nach Bedarf)**
- **Ein generelles Briefing zu relevanten Unterschieden im deutschen und französischen Steuerrecht bzw. Besonderheiten bei grenzübergreifendem Handel**

2.5. Zahlungsmittel

Französische Käufer bezahlen am liebsten mit ihrer Kreditkarte, gefolgt von PayPal. Mehr als 94 % der französischen Bevölkerung über 15 Jahre besitzt eine Carte Bancaire (CB-Karte). Über 63 Millionen solcher Karten sind in Frankreich im Umlauf. Will man also in Frankreich verkaufen und die Konversionsraten beim Checkout maximieren, sollte man nicht nur unbedingt Kreditkartenzahlung akzeptieren, sondern auch Cartes Bancaires zusammen mit anderen gängigen Zahlungskarten wie Visa, Mastercard oder American Express anbieten und auch die Inhaber der ca. acht Millionen Paypal-Konten in Frankreich nicht vergessen.



Im Gegensatz zu Deutschland werden Online-Zahlungsmethoden wie Nachnahme und Vorkasse (Überweisung) in Frankreich viel seltener verwendet.

Unsere Unterstützung für Sie umfasst deshalb:

- **Die Einrichtung eines Bankkontos in Frankreich**
- **Hilfe bei der Einrichtung der für Frankreich relevanten Zahlungsmethoden**

3. Pflege der Erfolge

3.1. Zuverlässiger Logistikpartner / Retourenlösung

Französische Kunden erwarten klare Aussagen in Bezug auf Liefer- und Retourenoptionen und sind die Zuverlässigkeit der französischen Logistikunternehmen gewöhnt.

Damit die Bestellungen auch tatsächlich bei den Kunden ankommen, gilt es, zuverlässige Logistikpartner vor Ort in Frankreich zu finden. Um die Käufer rundum zufriedenzustellen, ist es beispielsweise wichtig, immer eine Sendungsverfolgungsnummer für die Produktlieferungen anzugeben. So können Ihre Kunden jederzeit nachvollziehen, wo sich ihre Bestellung gerade befindet, und Sie haben einen Nachweis über den Verbleib der Lieferung.

Darüber hinaus ist kostenloser Versand in Frankreich ein absoluter Pluspunkt und wird oftmals auch erwartet.

Sobald Sie Waren ins Ausland liefern, wird ein Retourenservice unerlässlich. So können Käufer ihre Bestellungen an eine Adresse im eigenen Land zurücksenden und Sie als Verkäufer können sich die Rücksendungen regelmäßig nach Deutschland zusenden lassen.

Das sorgt für zufriedene Kunden und spart zugleich bares Geld.

Die **Retourenquote** in Frankreich ist im Vergleich zu anderen EU-Ländern wie Deutschland (40 Prozent) oder Großbritannien (25 Prozent) mit zehn Prozent **sehr gering**. Das liegt daran, dass die Händler in Frankreich zu 90 Prozent erst nach Vorkasse versenden und der Anreiz, Artikel zu retournieren, so entsprechend gering ist.

Unsere Unterstützung für Sie umfasst deshalb:

- **Die Kontaktaufnahme mit französischen Logistikdienstleistern**
- **Die Beratung bei der Festlegung Ihrer Versandkosten und -optionen**
- **Die Beratung hinsichtlich Ihrer Retourenpolitik**



3.2. Muttersprachlicher Kundenservice

Ein weiterer zentraler Punkt für einen dauerhaften Vertriebs Erfolg sind Kundenservice-Mitarbeiter, die sich in der Sprache des Kunden fließend verständigen können, um Kundenanfragen beantworten zu können oder auf Reklamationen zu reagieren.

Unsere Unterstützung für Sie umfasst deshalb:

- **Hilfe bei der Suche nach einem französischsprachigen Mitarbeiter**
- **Die Bereitstellung einer Telefonnummer + Geschäftsadresse in Frankreich**
- **Den externen Kundenservice durch unseren deutsch-französischen Innendienst**

3.3. Vermarktung des Online-Shops

Anders als in Deutschland sind die Schlussverkaufszeiträume in Frankreich nach wie vor **gesetzlich festgelegt** und müssen respektiert werden: Die sogenannten "Soldes" finden im Winter (7. Januar bis 17. Februar) und im Sommer (24. Juni bis 4. August) statt und bieten Händlern eine gute Möglichkeit, mit entsprechenden Angeboten ihre Umsätze zu steigern.

Die Suchmaschinenoptimierung (SEO) spielt dabei eine entscheidende Rolle: Statistiken von Search Laboratory zufolge erwarten etwa 70 Prozent der französischen E-Commerce-Nutzer, dass die Suchbegriffe, nach denen sie suchen, von den Suchmaschinen oben angezeigt wird.

77% der Internetnutzer bereiten ihre Einkäufe im Internet über Suchmaschinen vor. 33 % des Online-Datenverkehrs auf den Websites von Online-Handel erfolgt deshalb durch natürliche Suchmaschinenoptimierung. 94% der französischen Suchmaschinen-Nutzer verwenden Google.

Deutsche Online-Shops sollten also sicherstellen, dass Ihre Website für den französischen Markt entsprechend optimiert ist.

Unsere Unterstützung für Sie umfasst deshalb:

- **Die Erstellung einer an den frz. Markt angepassten Kommunikationsstrategie**
- **Die Identifikation sämtlicher relevanter Marketingkanäle**
- **Die Identifikation und Kontaktaufnahme mit relevanten Testimonials / Influencern**
- **Die Kontaktaufnahme mit französischen Digital-Marketing-Agenturen**



Sie sehen also: Auch, wenn der Verkauf über Online nach Frankreich auf den ersten Blick recht unkompliziert erscheinen mag, so steckt doch ein großes Maß an Vorbereitung und Anpassungsarbeit hinter dem professionellen Aufbau einer digitalen Vertriebsstruktur, die auf dem französischen Markt bestehen kann.

Sowohl bei den ersten Schritten auf dem französischen Markt als auch bei der Vertrieboptimierung lohnt es daher, erfahrene Partner an seiner Seite zu haben, die Ihnen den Weg sicher durch vertriebliches, personelles, rechtliches und steuerliches Gelände ebnen.

Vertrauen Sie auf die Erfahrung unserer zweisprachigen Berater, die jedes Jahr hunderte Unternehmen auf dem französischen Markt begleiten. Gerne bieten wir Ihnen einen unverbindlichen Beratungstermin an.

Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

Die VILLAFRANCE Gruppe ist das führende private deutsch-französische Wirtschaftszentrum. Ihre verschiedenen Tochtergesellschaften, Eigenmarken und Partnerfirmen beraten und begleiten seit über 20 Jahren Unternehmen und öffentliche Institutionen auf dem deutschen und dem französischen Markt im Bereich Vertrieb, Recht, Steuer und Personal.

VILLAFRANCE

Cologne - Paris - Munich - Lyon

Kontakt :

vertrieb@villafrance.com

Tel : +49 221 139 75 370