

MEDIENINFORMATION

Fußball-WM 2018 in Russland: Das müssen Etailer jetzt über den russischen E-Commerce-Markt wissen

Russische Verbraucher kaufen am liebsten Haushaltsgeräte im Netz ein. Das zeigt die E-Commerce-Analyse „[Annual Report 2017/2018](#)“ von Admitad. Das Affiliate-Marketing-Netzwerk verrät, worauf Etailer sonst noch in Russland achten müssen.

Heilbronn, 29. Mai 2018_ Am 14. Juni um 17.00 Uhr geht es los: Mit dem Anstoß zur Partie Russland gegen Saudi-Arabien beginnt die Fußball-Weltmeisterschaft 2018 in Russland. Wie bei Fußball-WMs üblich wird auch dieses Jahr sehr wahrscheinlich die Kauflaune der Verbraucher aus den teilnehmenden Ländern steigen. Besonders groß ist jeweils die Begeisterung im Ausrichterland. Admitad ist mittendrin: Das Affiliate-Marketing-Netzwerk ist weltweit aktiv und hat sein Headquarter in Moskau. Admitad weiß genau, wie der russische Online-Shopper tickt und verrät, worauf Etailer achten müssen, wenn sie jetzt in Russland Geschäfte machen wollen.

E-Commerce in Russland: Ein schnellwachsender Markt

Der russische E-Commerce-Markt steht noch am Anfang seiner Entwicklung. Aktuell werden nur rund drei Prozent des Retail-Umsatzes im Online-Handel erzielt. Das sind ungefähr 16 Milliarden US-Dollar. Die Wachstumsraten sind dafür aber umso überzeugender: Prognosen sagen bis 2022 ein jährliches Umsatzwachstum im E-Commerce von 8,4 Prozent voraus. Und die Zahl der Online-Shopper wächst um zehn bis 15 Prozent im Jahr.

Affiliate Marketing boomt

Im Affiliate-Bereich sind die Wachstumszahlen noch beeindruckender. Der Umsatz in Russland über das Netzwerk von Admitad hat sich von 2016 auf 2017 mehr als verdoppelt: 2016 waren es noch 453,6 Millionen US-Dollar, 2017 schon 945,4 Millionen US-Dollar. 79 Prozent des Umsatzes wurde über Desktop erzielt. 20 Prozent über Mobile, fast ausgeglichen zwischen Android und iOS.

Onlineshopping für die ganze Familie: Haushaltsgeräte sind am beliebtesten

Der „Annual Report 2017/2018“ zeigt, dass Russen am liebsten Haushaltsgeräte im Netz kaufen: 33 Prozent aller Online-Käufe fallen in diese Kategorie. Dazu passt auch, dass russische Verbraucher online einen gesteigerten Familiensinn zeigen: Während weltweit unter den Verbrauchern 45 Prozent vor allem Online-Einkäufe für die ganze Familie tätigen, sind es in Russland 55 Prozent.

Russische Verbraucher sind darüber hinaus eher keine Impulskäufer. 50 Prozent vergleichen online immer Preise, auf heimischen und ausländischen Seiten, bevor sie zuschlagen. Auch üblich ist es, den Kauf zu verschieben, bis der Wunschartikel im Angebot ist.

Cross-Border-E-Commerce ist beliebt – vor allem mit China

Eine Besonderheit des russischen E-Commerce-Marktes ist die hohe Beliebtheit von ausländischen Online-Shops. Ungefähr 6,5 Milliarden US-Dollar gaben die russischen Verbraucher 2017 im Ausland aus, das waren 25 Prozent mehr als im Vorjahr. Zur Erinnerung: insgesamt lag der Umsatz im E-Commerce bei nur ungefähr 16 Milliarden US-Dollar.

Mit Abstand am beliebtesten sind chinesische Online-Händler, bei denen neun von zehn grenzüberschreitenden Online-Bestellungen aus Russland eingehen. Allerdings kaufen Russen in China vor allem niedrigpreisige Waren ein. Die Einkäufe in China stellen nur 50 Prozent des gesamten Umsatzes im grenzüberschreitenden E-Commerce dar.

Große Plattformen sind auch schon präsent und beliebt

In Russland sind auch bereits viele der großen internationalen Händler und E-Commerce-Plattformen etabliert. Darunter ASOS (UK), iHerb (USA), Next (UK) und Yoox (Italien). Laut SimilarWeb generieren russische User 20 Prozent mehr Traffic auf iHerb als amerikanische User. Ähnlich bei Yoox, wo die russischen User mit 15 Prozent auf Platz zwei hinter den Italienern landen und bei ASOS, wo sie mit acht Prozent hinter Amerikanern und Briten sind.

„Russische Verbraucher sind zwar weniger impulsiv als Shopper in vielen anderen Ländern, aber auch unter ihnen wird die WM für Kauflust sorgen“, sagt Alexander Bachmann, Gründer und CEO von Admitad. „Wichtig für deutsche Etailer: Russen kaufen zwar gerne in ausländischen Online-Shops ein, erwarten aber einen guten Kundenservice – und zwar am liebsten auf Russisch. Das heißt, eine russischsprachige Hotline oder einen Support-Chat einzurichten, lohnt sich hier besonders.“

Die vollständige E-Commerce-Analyse „Annual Report 2017/2018“ von Admitad steht [hier](#) zum Download zur Verfügung.

Über Admitad

Admitad zählt weltweit zu den größten Affiliate-Marketing-Netzwerken und verbindet Advertiser und Publisher für die effiziente Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen im Internet. Mehr als 1.600 Advertiser und knapp 700.000 Publisher, die täglich mehr als sechs Millionen Visits generieren, profitieren von der innovativen Affiliate-Marketing-Plattform von Admitad.

Das international agierende Unternehmen wurde 2010 in Heilbronn von Alexander Bachmann gegründet und beschäftigt aktuell mehr als 300 Mitarbeiter an Standorten in Deutschland, Russland, der Schweiz, Weißrussland, der Ukraine, China, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Indien. Admitad legt dabei größten Wert auf Transparenz, Qualität und Sicherheit. Auf Admitad vertrauen zahlreiche internationale Top-Unternehmen – darunter AliExpress, Booking.com, Emirates, Qatar Airlines, ASOS, Quelle, OTTO und Decathlon.

Weitere Informationen unter: <http://www.admitad.com/en>