



E-Commerce in Ungarn:
**Eine Goldgrube
für Ihr Unternehmen**

Jetzt lesen



E-Commerce in Ungarn: **Eine Goldgrube für Ihr Unternehmen**

Jetzt lesen



Ungarischer E-Commerce: Eine Goldgrube für Ihr Unternehmen

Ungarn ist mit seiner reichen Geschichte und seiner strategischen Lage in Mitteleuropa eine **Goldgrube, die noch zu entdecken ist**. Für Unternehmen, die eine [Online-Expansion](#) anstreben, ist es nötig, die besonderen Merkmale dieses Marktes zu kennen, wie z. B. die **spezifische** finnougrische **Sprache** und die **patriotische Bevölkerung**.

Ungarischer E-Commerce: Eine Goldgrube für Ihr Unternehmen	1
Die ungarische Kultur	1
Ungarischer E-Commerce in Zahlen	1
Der durchschnittliche ungarische Online-Einkäufer	2
Spezifikationen für ungarische Webseiten	3
Vertrauen aufbauen	3
Häufigste Zahlungsmittel	4
Logistik und Lieferung	4
Fazit	5

Ungarische Kultur

Eines der ältesten Länder Europas ist reich an Geschichte und hat viel mehr zu bieten als nur **Thermalbäder, leckeres Gulasch, Zauberwürfel (bzw. Rubiks Würfel) oder Urlaub am Plattensee**. Doch bevor wir in die ungarische E-Commerce-Szene einsteigen, ist es für uns wichtig, **die ungarische Kultur zu verstehen**, um Wege zu den lokalen Kunden zu finden.

Manche mögen die Ungarn als **Pessimisten** bezeichnen, doch sie sehen sich selbst eher als **Realisten**. Dies erklärt ihre eher vorsichtige oder sogar skeptische Haltung, wenn es darum geht, neue Trends wie den e-commerce zu akzeptieren. Sie bevorzugen es, **die Risiken und Herausforderungen gründlich zu bewerten**, bevor sie sich auf neue Technologien oder Geschäftsmodelle einlassen. Deshalb ist der Aufbau von [Vertrauen](#) auf diesem Markt wichtig.

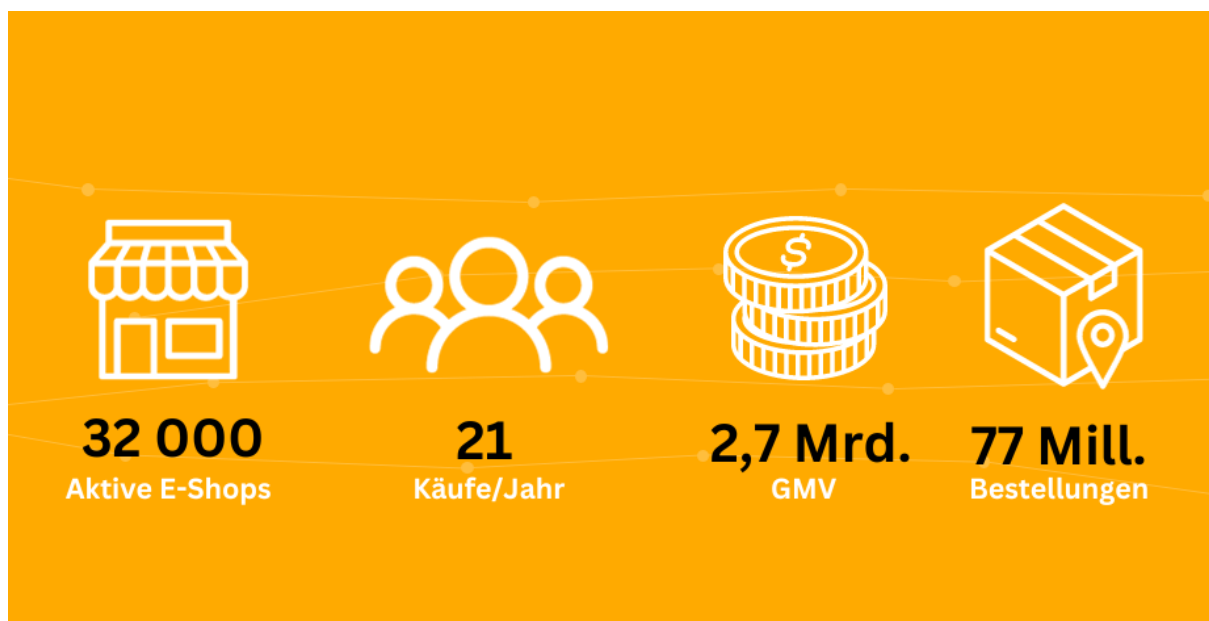
Die Ungarn unterstützen einheimische Unternehmen und bevorzugen einheimische Waren

Für ausländische Unternehmen ist es schwierig, in diesen Markt einzudringen, wenn sie ihre Website und Kommunikation nicht genügend anpassen. Die Ungarn kaufen lieber lokale Produkte und deshalb ist eine richtige [Lokalisierung](#) der Website ein absolutes Muss!

Ungarischer E-Commerce in Zahlen

Ungarn hat, ähnlich wie die Tschechische Republik, 10 Millionen Einwohner, obwohl die "E-Commerce-Zahlen" zeigen, dass auf diesem Markt noch Raum für Wachstum ist.

E-Shops: Ungarn besitzt eine lebendige E-Commerce-Szene mit rund **32 000 aktiven Online-Shops**. Im Vergleich zu den 51 000 Online-Shops in der Tschechischen Republik im Jahr 2021 zeigt dies aber, dass es auf dem ungarischen Markt weniger Konkurrenz gibt. Das ist eine gute Nachricht, wenn Sie eine Expansion planen!



Quelle: gkid.hu

Begeisterung der Einkäufer: Den ungarischen Kunden ist das Online-Shopping nicht fremd. Im Jahr 2022 tätigt jeder ungarische Kunde durchschnittlich **21 Online-Einkäufe pro Jahr**, was auch eine starke Präferenz des E-Commerce zeigt.

Gross Merchandise Value (Abk. GMV, Außenumsatz): Dies ist eine entscheidende Kennzahl für die Messung des wirtschaftlichen Umfangs des Online-Handels, die in Ungarn im Jahr 2022 ein beachtliches Volumen von **2,7 Milliarden Euro** erreicht hat. Sie hebt die Bedeutung des E-Commerce in der ungarischen Wirtschaft hervor.

Bestell-Wahnsinn: Die Liebe ungarischer Konsumenten zum Online-Shopping spiegelt sich auch in der Anzahl der Bestellungen im Jahr 2022 wider. Ein beeindruckendes Volumen von ca. **77,1 Millionen Online-Bestellungen** wurde im selben Jahr registriert, was für eine starke Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen auf digitalen Plattformen spricht.

Der durchschnittliche ungarische Online-Kunde

Wenn man sich die digitale Landschaft Ungarns im Jahr 2022 anschaut, kann man ein sich sehr schnell entwickelndes Ökosystem, das von erstaunlichen Zahlen und Trends charakterisiert wird, wahrnehmen.



Quelle: gkid.hu

- 90% der Bevölkerung hat einen Internetzugang, von denen **6,5 Millionen** aktive Internetnutzer sind.
- Der **durchschnittliche E-Commerce Warenkorbwert** pro ungarischen Kunden beträgt **45,3 €**, was für eine Beliebtheit des Online-Shoppings spricht.
- Der ungarische Kunde **gibt** im Durchschnitt **bis zu 883 € pro Jahr online aus**, was zeigt, dass E-Commerce-Plattformen und -Dienste konsequent genutzt werden.

- Die umsatzstärksten Produktkategorien sind laut [ecommercenews](#) **Mode und Elektronik**.

Spezifikationen der ungarischen Webseiten

Bei der Erforschung des immensen Potenzials des ungarischen Marktes wird deutlich, dass das Wachstum in dieser spezifischen und sehr patriotischen Szene **eine strategische Vorgehensweise erfordert**.

Vertrauen aufbauen

Vertrauen ist ein wesentliches Element für den Erfolg auf dem ungarischen Markt.

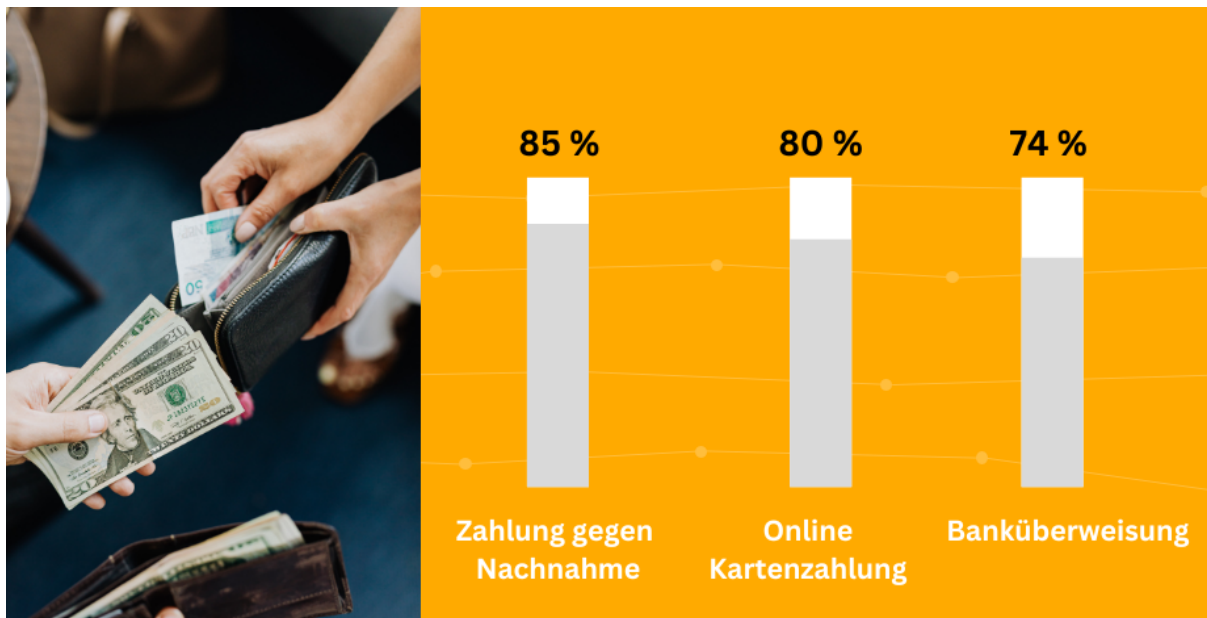
Ungenaue Übersetzungen oder falsche Informationen können zu Misstrauen auf Seiten des Kunden führen und sich negativ auf Ihre Konversionsraten auswirken.

Ungarische Kunden vertrauen vor allem den **Bewertungen und Empfehlungen**, daher ist es wichtig, eine starke und positive Online-Reputation aufzubauen. Es ist auch empfehlenswert, sich auf einen qualitativen Kundendienst auch nach dem Kaufabschluss zu fokussieren, z. B. auf **eine einfache Kommunikation mit dem Käufer**, einen zuverlässigen Service und den Datenschutz. Das beliebteste **Bewertungsportal in Ungarn** ist [Trustpilot](#).

Website-Zertifizierungen helfen, das Vertrauen bei Kunden aufzubauen. In Ungarn werden unter anderem folgende Zertifizierungsportale verwendet:

- [Tisztességes vállalkozás tanúsítvány](#)
- [Apave](#)

Häufigste Zahlungsmittel



Quelle: gkid.hu

Zahlung gegen Nachnahme bleibt bis heute aufgrund der traditionellen Ausrichtung Ungarns die beliebteste Zahlungsmethode. Die Kunden sind immer noch konservativ und eher skeptisch, wenn es um Online-Einkäufe geht, und haben oft Angst, im Voraus für ein Produkt zu bezahlen. Deshalb zahlen sie lieber erst, wenn das Produkt zugestellt wird.

Online-Kartenzahlung, angeführt von Visa und MasterCard, wird immer häufiger verwendet. Die Ungarn nutzen auch gerne PayPal, Simple Pay und Apple Pay. Hier ist es wichtig zu erwähnen, dass **Simple Pay** im Bezug auf Zahlungsmethoden Ungarns "**Nationalheld**" ist, da es sich um einen lokalen Zahlungsanbieter handelt.

Banküberweisungen sind in Ungarn immer noch ein beliebtes Zahlungsmittel.

Wenn du auch über die Expansion nach Polen erfahren möchtest, lies mal unseren [Artikel](#).

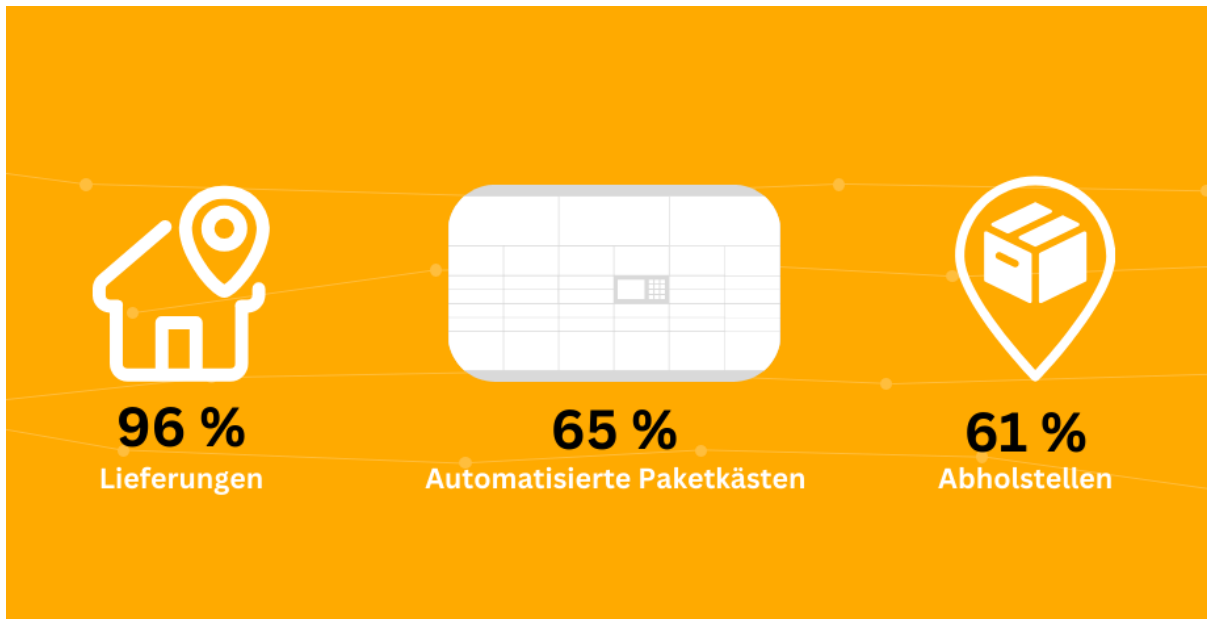
Logistik und Lieferung

Ungarn ist dafür bekannt, dass es ein **einfaches Paketsystem** hat. Der Großteil der Bevölkerung lebt in Stadtgebieten, was einen weiteren Ausbau der Infrastruktur sehr wahrscheinlich macht.

Die wichtigsten Anbieter von Paketlieferungen in Ungarn sind:

- **MPL und FoxPost** (der nationale Postdienst)
- **DPD**
- **GLS**
- **Express One**
- **Sprinter**

Wenn es um die bevorzugten Lieferoptionen geht, präferieren die meisten Ungarn immer noch die **Lieferung nach Hause**. Die automatischen Paketkästen und die Abholstellen sind immer öfter anzutreffen, aber sie haben noch einen langen Weg vor sich, bevor sie sich etablieren. Zu den **am häufigsten genutzten Anbietern** von automatisierten **Paketboxen** gehören **GLS und FoxPost**.



Quelle: gkid.hu

Fazit

Die Expansion Ihres Unternehmens nach Ungarn in einem wachsenden E-Commerce-Markt bietet spannende Möglichkeiten. Wenn Sie jene genannten **Schlüsselfaktoren sorgfältig angehen**, können Sie Ihr Unternehmen erfolgreich auf dem [ungarischen Markt](#) einführen.

Hier ist eine Checkliste für Ihre Expansion nach Ungarn:

1. **Lokalisierung des Inhalts:** Neben der richtigen Übersetzung sollten Sie Ihre Inhalte an die ungarische Kultur, Präferenzen und spezifische Trends anpassen. Überlegen Sie sich, Inhalte zu erstellen, die sich mit ungarischen Feiertagen, Traditionen und lokalen Veranstaltungen befassen.
2. **Lokale Vertrauenssymbole:** Die Ungarinnen und Ungarn vertrauen eher Websites, auf denen lokale Kontaktinformationen gut sichtbar angezeigt werden. Fügen Sie **eine ungarische Telefonnummer**, eine physische Adresse und ein lokalisiertes Kontaktformular hinzu.
3. **Zahlungs- und Versandmöglichkeiten:** Wie bereits erwähnt, bevorzugen die ungarischen Verbraucher lokale Zahlungsmöglichkeiten. Weisen Sie auf diese Zahlungsmöglichkeit schon während des Bestellvorgangs hin. Geben Sie die Versanddetails klar und deutlich an, einschließlich der voraussichtlichen Lieferzeiten und **Kosten in ungarischen Forints**.
4. **Lokale Bewertungen und Empfehlungen:** Heben Sie Bewertungen und Empfehlungen ungarischer Kunden auf Ihrer Website hervor. Die ungarischen Benutzer **vertrauen eher dem Feedback ihrer Mitbürger**.