

ECC Köln/ VR Payment

Kunden aus Fernost gewinnen

Dienstag, 09.06.2020

*Im aktuellen Thesenpapier „Chinesische Reisende als bleibende Kund*innen im deutschen Einzelhandel“ zeigen ECC Köln und VR Payment, wie rasant der Tourismus aus Fernost an Relevanz gewinnt und wie der deutsche Einzelhandel davon profitieren kann.*

Auf Basis aktueller Studienergebnisse und weitreichender Diskussionen mit Handelsvertreter*innen und China-Expert*innen werden konkrete Maßnahmen zur Gewinnung und Bindung chinesischer Kunden skizziert. Dabei wird deutlich: Auch wenn der internationale Reiseverkehr durch die Corona-Pandemie im Moment zum Erliegen gekommen ist, sollten sich Händler durchaus schon heute auf die Bedürfnisse dieser kaufkräftigen Kundengruppe einstellen.

„Die Anzahl chinesischer Tourist*innen wird weiterhin rasant zunehmen. Einzelhändler, die das Potenzial dieser Kundengruppe erkennen und sich darauf entsprechend vorbereiten, haben ganz klar einen Vorteil“, so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer IFH Köln und Gründer des ECC Köln.

„Digitale Bezahl- und Ökosysteme spielen in China eine viel bedeutendere Rolle als hierzulande. So können selbst kleine Händler chinesische Touristen über die zentralen Plattformen Alipay und WeChat ansprechen und gezielt in ihr Geschäft führen – wenn sie diese Plattformen für sich zu nutzen wissen“, sagt Carlos Gómez-Sáez, CEO von VR Payment.

Deutscher Einzelhandel sollte seine interkulturelle Kompetenz weiter ausbauen

Deutschland ist heute bereits das beliebteste europäische Reiseland für Chines*innen. Laut der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. werden 2030 rund 5 Mio. Übernachtungen von chinesischen Tourist*innen erwartet. Das ist ein Anstieg von rund 67% im Vergleich zu 2018. Gleichzeitig machen es die kulturellen Unterschiede dem deutschen Handel oft nicht einfach, die Bedürfnisse der Kundengruppe aus China zu erkennen und zu erfüllen.

Die Ergebnisse des Thesenpapiers zeigen: Um chinesische Tourist*innen in deutschen Geschäften willkommen zu heißen, ist die Akzeptanz chinesischer mobiler Zahlungsverfahren wie Alipay oder WeChat Pay entscheidend. Zudem sind deutsche Händler gefordert, neue Wege zu gehen, um online Sichtbarkeit bei chinesischen Kund*innen zu erlangen.

Kunden aus Fernost gewinnen

Links

- [IFH Köln](#)
- [ECC Köln](#)