

Lisa Marie Emanuel, Amazon

# Internationales Verkaufen

## Das Wichtigste im Überblick:

- ✓ **Strategische Expansionsplanung erstellen:** Beziehen Sie in die Planung ein, wie schnell und kosteneffizient eine Expansion möglich ist, welches Absatzvolumen im Zielland zu erwarten ist und welche spezifischen Risiken im Zielland bestehen. Definieren Sie pro Zielland Ihre Vertriebsstrategie und wählen Sie so z.B. für ein Zielland den Markteintritt über die bestehende Infrastruktur eines Marktplatzes, während Sie in einem anderen Zielland eigene Vertriebsstrukturen aufbauen.
- ✓ **Schlüsselfaktoren bei der Vorbereitung evaluieren:** Beachten Sie relevante steuerliche Aspekte und gesetzliche Anforderungen. Implementieren Sie effiziente Lösungen für sprachliche und logistische Herausforderungen und implementieren Sie geeignete Zahlungslösungen. Es kann empfehlenswert sein, hierbei auf die Unterstützung kompetenter Lösungsanbieter zurückzugreifen.

## 1. Strategische Expansionsplanung

### Zentrale Fragen bei der Auswahl der Verkaufsregionen:

- In welchen Absatzmärkten können Sie kosteneffizient und schnell expandieren?
- Welches Absatzvolumen ist im Zielland zu erwarten?
- Habe ich den neuen Absatzmarkt ausreichend analysiert (z.B. Risiko-Potential-Analyse)?

- Welche Daten brauchen Sie, um die Absatzmärkte zu evaluieren und zu vergleichen? (z.B. Umsatzvolumen, Kundengruppen, Konkurrenz, Retourenquote, Markteintrittsbarrieren, Relevanz der Produkte auf dem Zielmarkt, Entfernung zu ihrem Heimmarkt)

**Zentrale Fragen bei der Auswahl der Verkaufskanäle:**

- Welche Vertriebskanäle möchte ich für die zu erschließende Verkaufsregion nutzen?
- Was ist nötig, um ihre aktuellen Verkaufskanäle auf andere Länder zu erweitern?
- Welche Verkaufskanäle passen zu Ihrer Branche, ihren Produkten und den Expansionsländern?
- In welchen Verkaufskanälen finden Sie die Kunden, die Sie langfristig erreichen möchten?

**Onlineverkauf bietet einen einfachen Einstieg ins internationale Verkaufen**

**Online**

- Einfaches Testen eines neuen Marktes
- Geringe Einstiegskosten
- Schneller Eintritt
- Skalierbar auf andere Länder

**Stationär**

- Nähe zum Kunden
- Vorort Beratung
- Hohes Startkapital nötig
- Planungsaufwand

**Ein Onlineshop bietet Autonomie, ein Marktplatz mehr Flexibilität und Reichweite**

**Onlineshop**

- Aufbau von Stammkunden
- Freie Gestaltung der Onlinepräsenz
- Hohes Budget der technischen Infrastruktur, Marketingmaßnahmen, Aufbau und Pflege

**Marktplatz**

- Reichweite und neue Kunden
- Einfaches Testen der neuen Zielmärkte
- Vorhandene technische Infrastruktur
- Kalkulierbare vgl. geringe Kosten
- Etablierte Lösungen für u.a.: Logistik, Umsatzsteuerbeantragung, Marketing und Angebotserstellung-/übertragung

## 2. Schlüsselfaktoren bei der Vorbereitung

### Steuerliche Anforderungen

- ✓ Mehrwertsteuer (Value Added Tax)
- ✓ Zollgebühren sowie Import/ Export Beschränkungen
- ✓ Sanktionslisten

### Gesetzliche Anforderungen

- ✓ Welche gesetzlichen Einschränkungen gibt es für spezifische Produkte? Bsp.:
  - Anmelde- und Kennzeichnungspflichten, notwendige Warnhinweise
  - Inhaltsstoffangaben (Deklaration) – Sind alle Inhaltsstoffe zugelassen?
  - Stecker bei Elektroprodukten oder Siegelkriterien (z.B. Biosiegel DE / EU)

### Sprachliche Herausforderungen

Einheitlicher Marktauftritt – Externe Dienstleister können helfen bei Themen wie:

- Content Erstellung und Übersetzungen (z.B. Bedienungsanleitungen)
- Produktverpackung anpassen
- Kundenservice

### Logistik & Transport

#### Bestehende Logistiklösungen erleichtern den Start

- Kostengünstig, zeiteffizient, bereits optimiert

#### Lokale Lagerung vs. Grenzüberschreitender Versand

- Lieferzeiten und Kostenkalkulation entscheidend
- Lokale Logistikdienstleister (Know-How)
- Progressiver Prozess

### Zahlungsabwicklung

- ✓ Zahlungsoptionen sollten zur Zielgruppe, Zielland und Verkaufskanal passen
- ✓ Zahlungsoptionen können in Schritten hinzugefügt werden
- ✓ Es ist nicht nötig in jedem Land auch ein Bankkonto zu haben

Für den Inhalt dieses Dokuments ist Amazon verantwortlich.