

Dr. Ulrike Regele, DIHK e.V. und Dr. Georg Wittmann, ibi research

# Internationales Verkaufen

## Das Wichtigste im Überblick:

- ✓ Die Erschließung neuer Märkte eröffnet viele Chancen, bringt aber auch neue Herausforderungen.
- ✓ Sprachliche Unterschiede, regionale Kundenpräferenzen, gesetzliche Bestimmungen und Verordnungen, steuerliche Aspekte sowie zolltechnische Anforderungen sind u.a. zu beachten.
- ✓ Unterschiede gibt es auch bei Bezahlung und Lieferung. Hierbei gilt es lokale Kundenpräferenzen zu berücksichtigen sowie Anbieter und Leistungen genau zu betrachten.

## 1. Neue Märkte erschließen

Vielen Kunden ist es heute egal, wo sie ihr gewünschtes Produkt einkaufen. Die Folge: Der internationale Online-Handel boomt. Händler können durch grenzübergreifendes Verkaufen ihre Umsätze um bis zu 15 Prozent steigern. E-Commerce öffnet über Plattformen und eigene Online-Shops auch kleineren Unternehmen und Mittelständlern die Tür zu Kunden in der ganzen Welt. Die neuen Möglichkeiten bringen für die Unternehmen aber auch neue Herausforderungen.

## 2. Andere Regeln und Vorlieben

Der „neue“ Markt tickt häufig ein bisschen anders: Das fängt bei der Sprache an und geht mit den Konsumenten weiter, die häufig ihre eigenen Erwartungen an Produkte und Dienstleistungen haben. Dazu kommt das Organisatorische: Unterschiedliche gesetzliche Regelungen und Standards erfordern viel Know-how. Innerhalb der Europäischen Union erleichtert der freie Warenverkehr vieles. Aber auch hier gibt es unterschiedliche Regelungen, z.B. beim Thema Verpackungsverordnung, Entsorgung von Elektroschrott oder Umsatzsteuer. International kommen dann unter anderem noch Zoll- und Produktsicherheitsvorschriften dazu.

## 3. Payment und Logistik

Unterschiede gibt es auch bei Bezahlung und Lieferung. Die meisten Anbieter setzen auf Paypal und Kreditkartenzahlung. In manchen Ländern gibt es aber landesspezifische Bezahlssysteme, die unbedingt angeboten werden sollten. Die Versandkosten sind - noch mehr als auf nationaler Ebene - ein großer Kostenfaktor. Daher müssen hier unbedingt Anbieter und Leistungen genau betrachtet werden. Auch Retouren müssen berücksichtigt werden. Außerdem läuft im Zielland nicht unbedingt alles gleich wie in Deutschland - das muss schon bei der Erstellung der Adresslabels beachtet werden.

## 4. Erste Schritte im internationalen Verkauf – so gehen Sie vor:

Überlegen Sie sich in welchen Ländern Sie verkaufen möchten

- ✓ Wählen Sie die passenden Verkaufskanäle (Onlinshop, Marktplatz oder Social Media) pro Land aus. Hier gibt es Unterschiede zwischen B2C und B2B und landesspezifische Präferenzen.
- ✓ Bereiten Sie sich auf den Markteintritt vor. Hierbei sind rechtliche Aspekte, Wettbewerbsanalyse, Marketingstrategien, Produktauswahl und Kundenbefragung zu beachten.
- ✓ Machen Sie sich mit den steuerlichen und rechtlichen (Zoll) Unterschieden vertraut.
- ✓ Wählen Sie die Zahlungsart für Ihre Kunden aus.
- ✓ Entscheiden Sie sich für die geeignete Versand- und Retourenabwicklung.
- ✓ Nehmen Sie bei Bedarf die Unterstützung von Lösungsanbietern in Anspruch.

Für den Inhalt dieses Dokuments sind allein die jeweiligen Experten verantwortlich.  
Bei Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte direkt an diese.