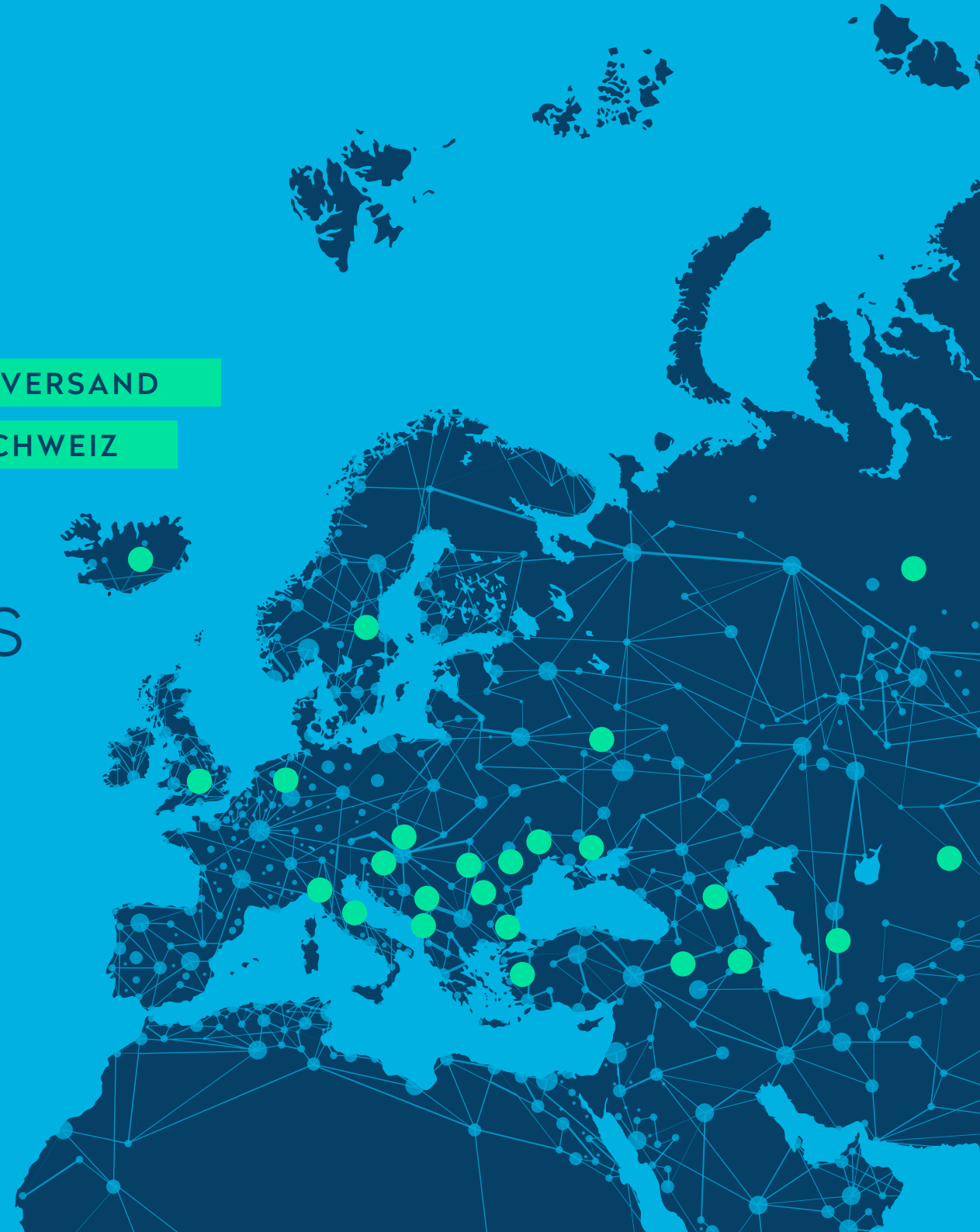




LEITFADEN FÜR IHREN CROSS-BORDER-VERSAND
NACH GROSSBRITANNIEN UND IN DIE SCHWEIZ

Beyond Borders

Zollabfertigung,
Last-Mile-Zustellung
und Retouren



- 03** **Einleitung**
- 04** **Grundlagen des Markteintritts für Großbritannien und die Schweiz**
- 05** **Der Brexit bremst keinesfalls Verkaufspläne nach Großbritannien**
 - 06** Expertenwissen: Lieferpräferenzen
 - 07** Was Sie über den Versand nach Großbritannien wissen sollten
 - 09** Expertenwissen: Carrier-Netzwerk
- 11** **Profitieren Sie von Schweizer Kaufkraft**
 - 12** Expertenwissen: Lieferpräferenzen
 - 13** Was Sie über den Warenversand in die Schweiz wissen sollten
 - 14** Expertenwissen: Carrier-Netzwerk
- 16** **Beyond Borders**
- 18** **Quellen und Impressum**



Der Online-Handel boomt und damit auch der grenzüberschreitende E-Commerce mit Ländern außerhalb der EU, den sogenannten Drittländern. Zwei der wichtigsten Drittlandsmärkte für Online-Händler sind das Vereinigte Königreich und die Schweiz.

Mit einem Marktvolumen von 113 Milliarden Euro ist der britische E-Commerce-Markt der größte in Europa.¹ Insgesamt weist der Markt einen relativ hohen Reifegrad auf. Bereits 30 Prozent des Einzelhandels werden online abgewickelt.² Auch der Anteil der Lieferungen aus dem Ausland ist hoch. Im Jahr 2020 kamen 26 Prozent der grenzüberschreitenden Einkäufe in Großbritannien aus der EU.³

In der Schweiz lag der von Online-Händlern generierte Umsatz im Jahr 2020 bei über 13 Milliarden Franken (CHF)⁴ und verzeichnete den bislang größten jährlichen Zuwachs. Internationale Händler konkurrieren im Schweizer E-Commerce mit einheimischen Online-Playern. Generell sind die Schweizer Konsumenten offen für Angebote aus dem nahen Ausland. 86 Prozent von ihnen haben bereits Waren bei ausländischen Händlern gekauft. 88 Prozent davon kauften diese Waren in Europa. Angesichts der Größe und des Potenzials des Marktes bedienen viele Marken die Schweiz von anderen Gebieten und Ländern aus.⁵

Der Knackpunkt: Viele schrecken noch immer davor zurück, in Nicht-EU-Länder zu expandieren. Sie machen sich Sorgen um Zollabfertigung, Steuern und Abgaben, Retourenmanagement und vieles mehr. Diese Bedenken sind jedoch unbegründet, denn wer sich mit wichtigen Grundlagen, Herausforderungen und Chancen auskennt und weiß, worauf bei Logistik, Carrier-Auswahl und Co. zu achten ist, befindet sich auf der sicheren Seite.

In diesem Leitfaden finden Sie wichtige Tipps und Handlungsempfehlungen für Ihr Vorhaben.

Was ist eigentlich ein Drittland?

Ein sogenanntes Drittland ist ein Land, das nicht Mitglied der Europäischen Union ist und daher nicht Teil der EU-Wirtschaftsstrukturen wie Binnenmarkt und Zollunion. Im Verkehr mit einem Drittland müssen Unternehmen Zollerklärungen abgeben, unabhängig davon, ob es ein Handelsabkommen gibt oder nicht.

Grundlagen des Markteintritts für Großbritannien und die Schweiz

Die Zollabfertigung kann für E-Commerce-Unternehmen, die ihr grenzüberschreitendes Geschäft ausweiten wollen, eine Herausforderung darstellen. Bei einer fehlerhaften Zollanmeldung, die nicht die richtigen und/oder vollständigen Zolldokumente enthält, besteht die Gefahr, dass die Waren vom Zoll für die Einfuhr gesperrt und zurückgeschickt werden. Mit einem Partner, der sich um die Export- und Importverzollung kümmert, lässt sich die Komplexität der Verwaltung von Zöllen, Steuern und Abgaben jedoch erheblich reduzieren. Worauf Sie bei einem kompetenten Partner achten sollten:



Stellen Sie sicher, dass Ihr Partner Ihre Anforderungen an die Liefergeschwindigkeit erfüllen kann und Sie mit den lokalen Carriern zusammenbringt, die die Lieferoptionen anbieten können, die im Zielland erwartet werden.



Wählen Sie einen Partner, der nicht nur die Ein- und Ausfuhrzollabfertigung übernimmt, sondern Ihnen auch Transparenz über die zu erwartenden Gebühren bietet, sodass Sie den Preis zum Zeitpunkt des Verkaufs einkalkulieren können, um zusätzliche Gebühren für den Kunden zu vermeiden. Zudem sollte die Zollabfertigung bereits während des Transports digital erfolgen, damit es zu keinen Wartezeiten an der Grenze kommt.



Eine konsolidierte Zollabfertigung durch einen Vermittler hat für Online-Händler zahlreiche Vorteile. Die Händler müssen Informationen über die Waren (Wert, Nettogewicht, Ursprungsland, Zölle usw.) an ihre Plattform senden, die die Einfuhr- und Ausfuhrzollabfertigung mit dem Vermittler abwickelt. Das Ausfüllen dieser Dokumente im Vorfeld ermöglicht reibungslosere Abläufe, verringert Engpässe bei der Zollkontrolle und vermeidet so Lieferverzögerungen.



Entscheiden Sie sich für einen Partner, der Ihnen die Lieferfrequenz anbietet, die zu Ihnen passt. Gebündelte Abholung und Verzollung bringen erhebliche Kostenvorteile – das gilt auch für Retouren.



Achten Sie darauf, dass Retouren sofort und vor Ort geprüft werden, um die Kostenerstattung zu beschleunigen und Waren schnell wieder in Ihrem Shop verfügbar zu haben. Ihr Partner sollte gezahlte Zölle außerdem auf Basis der Importdaten zurückfordern.

Der Brexit bremst keinesfalls Verkaufspläne nach Großbritannien

Ja, es stimmt, dass der Austritt Großbritanniens aus der EU zu Unsicherheiten geführt hat und viele Retailer sich fragen, worauf in Sachen Transport und Zollabfertigung zu achten ist. Mithilfe einer guten Planung und eines starken Netzwerks erfahrener Partner können Sie Ihr E-Commerce-Geschäft aber ohne Weiteres auf die Insel ausweiten.

Es lohnt sich, nach Großbritannien zu liefern und trotz Brexit zu expandieren, denn der britische Markt ist vielfältig und wächst schnell. Trotz des wirtschaftlichen Gegenwinds durch den EU-Austritt und die Corona-Pandemie gehen Experten davon aus, dass die britische Wirtschaft im Jahr 2022 um 7,3 Prozent wachsen wird.⁶ Mehr als die Hälfte aller britischen Exporte und Importe gehen in den Europäischen Binnenmarkt, der damit der wichtigste Handelspartner des Landes ist.⁷ Damit nicht genug, denn der britische E-Commerce erzielt die höchsten Umsätze in ganz Europa.⁸

Eine Bündelung von Sendungen, eine rechtliche Vertretung in Großbritannien, Direct Injection, Tracking, Labeling und eine verlässliche Datenverwaltung unterstützen Retailer, die nach Großbritannien liefern wollen, und nehmen ihnen viel Zeit, Mühe und Ärger ab.



Expertenwissen: Lieferpräferenzen

“ Wir haben die Erfahrung gemacht, dass der E-Commerce in Großbritannien schon ein paar Jahre weiter als bei uns ist. Auch die Ansprüche der Kunden an das Zustellerlebnis sind höher. ”

– Felix Hasenzahl, Head of Sales bei Seven Senders

Daher müssen Online-Händler wissen, was die Kunden in Großbritannien in Bezug auf das Liefererlebnis erwarten.

Einfache Retouren müssen sein

Bieten Sie darüber hinaus einen einfachen und transparenten Retourenprozess an. Fast jeder vierte britische E-Commerce-Kunde nennt einfache Retouren als wichtiges Auswahlkriterium für einen Online-Shop. Für 65 Prozent der Briten ist es etwa wichtig, dass sie das zu retournierende Paket überall abgeben können. Zusätzlich sollte das Retourenlabel einfach verfügbar sein, dem Paket beiliegen oder als Download zur Verfügung stehen (74 Prozent beziehungsweise etwas mehr als 61 Prozent sprechen sich für diese beiden Optionen aus).¹⁰

Hier einige Eckdaten, die zu beachten sind:

42% der britischen Online-Kunden bevorzugen einen Online-Zahlungsanbieter

90% bevorzugen eine Lieferung nach Hause

74% wünschen eine Benachrichtigung, dass die Bestellung eingegangen ist

73% wünschen eine Benachrichtigung, dass die Bestellung zur Auslieferung bereit ist

75% wünschen eine Benachrichtigung, dass das Paket innerhalb eines bestimmten Zeitraums zugestellt wird.⁹

Was Sie über den Versand nach Großbritannien wissen sollten

Die seit dem 1. Januar 2021 geltenden neuen Bestimmungen für den Personen- und Warenverkehr nach und aus Großbritannien bringen neue Anforderungen mit sich. Seit dem 1. Januar 2022 sind für alle Einfuhren aus der EU vollständige Zollanmeldungen und Kontrollen bei der Einfuhr notwendig. Dies erfordert eine verstärkte Pflege der Stammdaten in Bezug auf Warenwerte, Nettogewicht, Ursprungsländer und Warentarifnummern sowie eine zehnstellige britische Zolltarifnummer.

Die Zollvorschriften selbst ändern sich aber nicht, da die Zollabfertigung weiterhin auf Grundlage des Warenwerts erfolgt. Sogenannte Waren mit geringem Wert, die weniger als 150 Euro (rund 135 Pfund) kosten, sind zollfrei. Darüber hinaus plant das Vereinigte Königreich neue eigene Mehrwertsteuerrichtlinien. In diesem Zusammenhang ist es hilfreich, mit einem Partner zusammenzuarbeiten, der die 135-Pfund-Regelung über ein Transitverfahren mit einem Broker in Großbritannien übernehmen kann und eine „High Value“-Abfertigung an der Grenze anbietet.

Das hat zur Folge, dass die Mehrwertsteuer- und Zollregistrierung auf der Insel erfolgen muss. Außerdem müssen Unternehmen jetzt eine EORI-Nummer (Economic Operators' Registration and Identification number) haben.

Was die Rücknahmelogistik betrifft, so ist es sehr empfehlenswert, Retouren gesammelt in die EU zurückzusenden, um so den Verwaltungsaufwand zu minimieren. Es ist zudem möglich, die Erstattung von Zöllen gebündelt zu beantragen und einen Vermittler zu beauftragen, diese Arbeit für den Händler zu übernehmen.



Hier sehen Sie auf einen Blick, welche Angaben Online-Händler beim Versand von Waren nach Großbritannien machen müssen:

Warenklassifizierung über HS-Code-Nummern

Warensendungen in Nicht-EU-Länder müssen auf der Grundlage von Waren- oder Zolltarifnummern, den sogenannten HS-Codes, klassifiziert werden. Diese Codes legen fest, welche Waren in Ihrer Sendung enthalten und wie hoch die Einfuhrzölle und andere Einfuhrsteuern sind.

Rechnungen

Für Sendungen nach Großbritannien ist eine Rechnung in englischer Sprache erforderlich, die in einem Versandumschlag oder an der Außenseite des Pakets angebracht oder elektronisch mit den Zolldaten übermittelt wird. Für jede Zeile der Rechnung muss der Händler Folgendes angeben: alle Warentarifnummern (summiert), Brutto- und Nettogewicht, genaue Beschreibungen der Waren, Warenursprung und die Wertangabe einschließlich der Währung.

Incoterms

Neben den Versandkosten fallen auch Steuern, Zölle und eine Zollgebühr an. In den Incoterms ist festgelegt, welche im Rahmen der Zollabfertigung anfallenden Kosten (Steuern, Zölle, Zollabfertigung) vom Versender und welche vom Importeur zu tragen sind. Die britische Einfuhrumsatzsteuer beträgt derzeit 20 Prozent. Die zu zahlenden Zölle sind abhängig von der Art der zu versendenden Waren und den von der britischen Regierung festgelegten Zollsätzen (sofern keine ursprungsbezogenen Zollbefreiungen bestehen).

Das benötigen Sie für den UK-Versand:

- Indirekte lokale Vertretung in Großbritannien
- EORI-Nummer
- Für jedes Paket müssen Carrier korrekte und entsprechende HS-Codes, Herkunftsland, GB EORI- und GB VAT-Nummern sowie eine Handelsrechnung in englischer Sprache vorlegen – sowohl in Papierform als auch digital.
- T2-Transitverfahren-Zolldokument



Expertenwissen: Carrier-Netzwerk

Seven Senders empfiehlt die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Versandunternehmen (Carriern), um so sicherzustellen, dass je nach Paketgröße und -typologie der richtige Partner gewählt werden kann. Einige Spediteure wie Yodel, Hermes UK und Royal Mail legen die Preise nach Pakettyt fest, und jeder Pakettyt hat andere Gewichtsbeschränkungen und Abmessungen. Mit dem richtigen Carrier-Mix können E-Commerce-Händler auch mehrere Optionen wie PUDO, Hauszustellung und Paketschließfächer für Lieferung und Rücksendung anbieten. Hinsichtlich der Rücknahmelogistik ist es interessant, dass einige Spediteure mit Wohltätigkeitsorganisationen zusammenarbeiten, die kreative und alternative Lösungen für die Entsorgung oder Wiederverwertung von Rücksendungen anbieten.

Was Geschwindigkeit und Preisgestaltung angeht, so sehen wir bei Seven Senders beides nicht als großes Hindernis für den Eintritt oder die Expansion in den britischen E-Commerce-Markt.

„Unsere Erfahrung zeigt, dass es möglich ist, das Lieferversprechen einzuhalten“, sagt Payal Chavan, Parcel Logistics Operations Manager bei Seven Senders.

“ Unsere Daten aus der Hochsaison 2021 haben etwa gezeigt, dass wir trotz des hohen Volumens und des schlechten Wetters 88 Prozent unserer 24-Stunden-Vorlaufzeiten und 95 Prozent unserer 48-Stunden-Vorlaufzeiten eingehalten haben. Außerdem dauerte die Durchlaufzeit vom First Hub Scan bis zum Endkunden in der Regel nur einen Tag. ”

Thomas Garnesson, VP Sales Europe bei Seven Senders, fügt hinzu: „Wir haben viele positive Rückmeldungen erhalten, dass unsere britische Versandlösung sehr wettbewerbsfähig ist oder sogar die besten Tarife bietet.“

Expertenwissen: Carrier-Netzwerk

YODEL

Unabhängiger
Paketzusteller im
Low-Cost-Segment

Abendzustellung
bis 21 Uhr

Kunden-App für
**bessere Rückver-
folgbarkeit** und
neue Funktionen
wie z. B. sicherer Ort
und Zustellung
an Nachbarn



**Nationaler
Postdienstleister**
in Großbritannien

Premium-Home
Delivery und diverse
Zustelloptionen

Notiert im Dow
Jones Sustainability
Index



Britische
Tochtergesellschaft
der Hermes-Gruppe

Kostengünstiger
Anbieter von Home
Delivery und bietet
mehr als **5.000
Paketshops**

Keine CO₂-neutrale
Zustellung



Britische
Tochtergesellschaft
von DHL eCommerce
(ehemals UK Mail)

Äußerst
**vertrauenswürdige
Marke** und
zuverlässiger Service

Noch nicht Teil der
GoGreen-Initiative
von DPDHL Group



Nur Palettenlieferung

Kunden benötigen
eine XI-EORI-Nummer
und eine Registrierung
beim UK Trader
Scheme (UKTS)

Telefonnummer
obligatorisch

Profitieren Sie von Schweizer Kaufkraft

Die Schweiz hat für E-Commerce-Händler viel zu bieten: starke Kaufkraft sowie eine sehr mobile, mehrsprachige und technikbegeisterte Konsumentenbasis mit einem verfügbaren Einkommen, das weit über dem europäischen Durchschnitt liegt. Kombiniert mit der natürlichen Tendenz der Bevölkerung, Produkte und Dienstleistungen über die Landesgrenzen hinaus zu suchen, ergibt sich ein großes Potenzial.

Die Schweiz ist Mitglied der Europäischen Freihandelszone, was den Versand aus einem EU-Land einfacher macht als bei anderen internationalen Zielen. Aufgrund der hohen Zahl von Online-Shops mit Sitz im Ausland, die sich um alle Formalitäten kümmern und die Kosten für den Versand in die Schweiz übernehmen, sind Schweizer Kunden nicht an zusätzliche Lieferkosten gewöhnt. Schweizer Kunden erwarten von einem internationalen Händler in der Regel, dass er sich wie ein inländischer Händler verhält und ihnen Waren liefert, oder sie erwarten zumindest volle Transparenz über zusätzliche Kosten und Gebühren.



Expertenwissen: Lieferpräferenzen

E-Commerce-Unternehmen sollten insbesondere bei Geschäften mit Schweizer Kunden auf eine zuverlässige Zustellung setzen. Immerhin 42 Prozent der Online-Käufer nennen die Zuverlässigkeit der Zustellung als ein bedeutendes Kriterium für ihre Zufriedenheit, und jeder Zweite (52 Prozent) wechselt den Online-Shop nach schlechten Erfahrungen mit Zustellungen.¹¹ Auch Schweizer freuen sich über schnelle Lieferzeiten, sie erwarten sie aber nicht. Als Nicht-EU-Mitgliedsstaat sind die Kunden in der Schweiz das Prozedere der Verzollung aller Importe und damit die Verzögerung einer Zustellung gewohnt. 91 Prozent der Kunden akzeptieren eine längere Lieferfrist, wenn der Online-Shop nicht in der Schweiz ansässig ist.¹²

Für 35 Prozent der Schweizer Kunden sind drei bis vier Tage eine akzeptable Lieferfrist aus dem Ausland, für 31 Prozent sind sogar fünf bis sechs Tage in Ordnung. Allerdings sind 54 Prozent der Schweizer Kundinnen und Kunden nicht bereit, für eine schnelle Lieferung aus dem Ausland einen Aufpreis zu bezahlen.¹³

“**Same-Day- und Next-Day-Lieferung – das muss in der Schweiz nicht zwingend sein. Aber beachten Sie**

Vorlieben, wie zum Beispiel Zahlung per Rechnung, und geben Sie Kunden die Möglichkeit, in Schweizer Franken zu zahlen.” – Peter Egger, Head of Sales

Commerce bei MS Direct

Online-Händler sollten eine weitere lokale Besonderheit kennen: Schweizer sind an Preise in Fünferschritten gewöhnt, also zum Beispiel CHF 12,95 statt CHF 12,99. „Das klingt vielleicht zunächst nach unwichtigem Kleinkram. Aber ich denke, genau das sind die wichtigen Details, die dazu beitragen, den Kunden in den Shop zu holen, zum Kauf zu überzeugen und nachhaltig zu binden“, erklärt Egger.

Einfaches Retourenmanagement

In keinem europäischen Land werden so viele Retouren verschickt wie in der Schweiz. 14 Prozent der bestellten Sendungen gehen zurück an den Verkäufer. Daher ist hier besonders auf ein unkompliziertes und transparentes Retourenmanagement zu achten. Dazu gehört auch die Bereitstellung eines einfach verfügbaren Retourenlabels: 60 Prozent wünschen sich ein Retourenlabel als Download-Option.¹⁴

Was Sie über den Warenversand in die Schweiz wissen sollten

Um in der Schweiz verkaufen zu können, müssen eine Reihe von Anforderungen der Steuerbehörden erfüllt werden. Für Unternehmen, die nicht in der Schweiz ansässig sind und Waren über das Internet verkaufen, gibt es einen Schwellenwert von 100.000 CHF, wobei diese Zahl auf dem weltweiten Umsatz basiert, bevor eine Registrierung erforderlich ist.

Da die Waren die EU verlassen, muss zudem jeder Artikel angemeldet werden. Das bedeutet, dass die notwendigen Stammdaten für Schweizer Bestellungen zur Verfügung stehen müssen, einschließlich der Möglichkeit, Nettogewicht, Zolltarifnummer, Ursprungsland und den Wert der Bestellung (für die Steuerberechnung) hinzuzufügen. Außerdem muss jede Stufe des Bestellungsannahme- und -abwicklungsprozesses abgedeckt werden.

In der Schweiz gibt es jedoch keinen wertabhängigen Zoll. Stattdessen zahlen Händler auf der Grundlage von Gewicht und Zolltarifnummer. Auch das Ursprungsland der Waren, in dem sie hergestellt wurden, ist von Bedeutung. Für Produkte, die außerhalb der EU gefertigt wurden,

müssen Zölle entrichtet werden. Wurden die Waren jedoch in der EU hergestellt und kann dem Schweizer Zoll ein Ursprungszeugnis des Herstellers vorgelegt werden, werden keine Zölle fällig. Händler sind zudem mehrwertsteuerpflichtig und zahlen diese Vorsteuer zum Zeitpunkt der Einfuhr.

Zentrale Hinweise auf einen Blick:

- Steuerliche Vertretung in der Schweiz
- Registrierung bei der Steuerbehörde (Eidgenössische Steuerverwaltung)
- Mehrwertsteuerabrechnung Schweiz (vierteljährlich)
- Schwellenwert von 100.000 CHF pro Jahr



Expertenwissen: Carrier-Netzwerk

Für den Versand in die Schweiz hat der Schweizer E-Commerce-Dienstleister MS Direct einige Insider-Tipps.

“ Die Schweizer Post ist der am weitesten verbreitete und am meisten akzeptierte Carrier bei Privatkunden. Auch DPD, DHL und UPS liefern in der Schweiz aus, meist allerdings im B2B-Bereich. ” – Peter Egger von MS Direct

Daneben gibt es Nischenanbieter wie den Last-Mile-Dienstleister Quickpac. Das Unternehmen ist an den Start gegangen, um eine Alternative zur Schweizer Post zu schaffen. Quickpac setzt auf eine nachhaltige Zustellung von Paketen ausschließlich mit Elektroautos und versucht, die Zustellung bestmöglich auf die Kundenbedürfnisse, wie etwa dem Wunsch nach Zeitfensterzustellung, Abendzustellung etc., auszurichten. Da die Servicezeiten je nach gewähltem Servicepartner variieren, empfiehlt Seven Senders E-Commerce-Händlern, die Erwartungen ihrer Kunden an die Liefergeschwindigkeit genau zu kennen, damit sie mit den am besten geeigneten Partnern zusammenarbeiten können.



Expertenwissen: Carrier-Netzwerk



Führender Logistik- und Postdienstleister mit dem dichtesten Distributionsnetz der Schweiz

Die erste Wahl für führende E-Commerce-Unternehmen

Jahr für Jahr Spitzenreiter in Sachen Kundenzufriedenheit und Komfort



Hauszustellung im B2C-Bereich und breites Netz von DPD Pickup-Paketshops

„Predict“-Service gibt den Empfängern maximale Flexibilität bei der Annahme ihrer Pakete

Retourenlösung verfügbar



DHL ist **führender Express Carrier** in der Schweiz

Fokus liegt deutlich auf internationalem Cross-Border-Geschäft

Auch national werden Dienstleistungen angeboten – mit Express-Servicemerkmale und Express-Preisvorstellungen

Beyond Borders – Eine einzige Lösung für den reibungslosen Versand und die Zollabfertigung in allen europäischen Drittländern

Sie sehen: Auch wenn der Handel mit Ländern außerhalb des EU-Binnenmarktes ein paar zusätzliche Herausforderungen mit sich bringen mag, wenn es etwa um Aspekte wie Verzollung oder Retourenmanagement geht, so ist dies noch lange kein Grund, den Kopf in den Sand zu stecken und diese Umsatzoption zu verpassen. Internationalisierung setzt ein gewisses Maß an Wagemut voraus, lohnt sich aber auch, denn so erschließen E-Tailer neue Märkte, sprechen neue Zielgruppen an und erschließen Wachstumspotenzial für ihre Zukunftsmärkte. Worauf es jetzt ankommt, sind fundierte Planung und erfahrene Experten an Ihrer Seite.

Seven Senders und MS Direct haben ihr Experten-Know-how gebündelt, um eine Lösung für den einfachen und sorgenfreien grenzüberschreitenden Versand in Drittländer in Europa anzubieten. Wir garantieren, wir minimieren die Komplexität, verschlanken Abläufe und verbessern die Transparenz.

“ Wir kennen uns in dem Markt, in den Sie expandieren wollen, bestens aus und verfügen hier über ein Netzwerk an Carriern, die Sie unterstützen können. Diese Expertise bieten wir mit unserer langjährigen und fundierten Cross-Border-Erfahrung, einem Carrier-Network und leistungsstarken Lösungen. ”

– Thomas Hagemann,
Gründer und Co-CEO bei Seven Senders

Hier ein kurzer Einblick in die Möglichkeiten unserer Lösung:



Übernahme der Mehrwertsteuerabwicklung und Fiskalvertretung



Transparente Preisauszeichnung: keine zusätzlichen Zoll- und Mehrwertsteuerabgaben für Endkunden



Zugang zu den besten Versand-Partnern für Ihren lokalen Versand



Einfache Marktplatzintegration mit Amazon, Zalando und anderen führenden Plattformen



Versand an Ihre Kunden in Drittländern aus der EU innerhalb von 48 Stunden



Lokales Retourenmanagement für schnelle Entlastung der Kunden und Rückführung Ihrer Waren

Kunden, die unsere Lösung bereits nutzen:



Haben wir Ihr Interesse geweckt und möchten Sie gerne weitere Tipps erhalten, wie Sie den Markteintritt in ein EU-Drittland effizient, verlässlich, kunden- und zukunftsorientiert bewerkstelligen? Wir helfen Ihnen gerne weiter. [Kontaktieren Sie uns unverbindlich](#)

Felix Hasenzahl • +49 176 81 203 205 • f.hasenzahl@sevensenders.com • www.sevensenders.com

1. ECommerceDB: The eCommerce market in the UK, 2021
2. Statista: E-commerce share of retail sales revenue in the United Kingdom (UK) from 2020 to 2025, 2021
3. Statista: Share of individuals who made domestic and cross-border online purchases (EU and non-EU) in the United Kingdom (UK) in 2020, 2021
4. Statista: Marktvolumen im Online-Handel in der Schweiz und im Ausland von 2010 bis 2020, 2022
5. DPD: Die Schweizer E-Shopper wollen Zeit und Geld sparen. Ein Grossteil kauft auf ausländischen Plattformen und lässt sich von Social Media und Influencern leiten, 2021
6. Statista: Value of trade in goods with the European Union in the United Kingdom from January 1997 to November 2021, 2022
7. Statista: Value of trade in goods exports in the United Kingdom in 2020/21, by commodity, 2022
8. Statista: Ranking der Länder mit den höchsten erwarteten Umsätzen im E-Commerce weltweit im Jahr 2020, 2021
- 9-14. YouGov-Umfrage im Auftrag von Seven Senders, 2021

Herausgeber:

Seven Senders GmbH

Schwedter Str. 36 A,
10435 Berlin

+49 (0) 30 233 218 700

info@sevensenders.com

Text und Redaktion:

Susanne Collins

Jaime Heather Schwartz

Copyright

Seven Senders GmbH 2022

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung der Seven Senders GmbH zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen bei der Seven Senders GmbH.