

Whitepaper  
Cross-Border  
E-Commerce  
2020

# Win-Win- Commerce Made in Switzerland



**ASENDIA**  
BY LA POSTE & SWISS POST

**DIE POST** 

# Wie Händler und Kunden vom grenzüberschreitenden Handel profitieren

## Einführung

Die hohen Preise, die große Kaufkraft und das niedrigere Angebot im eigenen Land sorgen dafür, dass Schweizer oft und gerne auf Online Shops von Nachbarländern schauen, um Bestellungen aufzugeben. Sowohl aufgrund des Preisniveaus als auch des limitierten Angebots lohnen sich bestimmte Warengruppen besonders für **Cross-Border-E-Commerce** mit der Schweiz.

In der EU und Euro-Zone ist grenzüberschreitender Handel relativ einfach, während Cross Border E-Commerce mit der Schweiz einige Herausforderungen birgt. Doch trotz ihrer relativ geringen Bevölkerungszahl von rund 8,5 Millionen Einwohnern, bildet die Schweiz für Dich als E-Commerce-Händler einen überaus interessanten Zielmarkt.

Zu den Herausforderungen, die es beim Cross-Border-E-Commerce zu bewältigen gilt, zählen Zollbestimmungen und logistische Herausforderungen. Damit Du Dir als E-Commerce-Händler ein umfassendes Bild sowohl zu den Hintergründen des Schweizer Online Marktes als auch den besonderen Mechanismen hinsichtlich Zoll und Logistik machen kannst, geht dieses Whitepaper auf die einzelnen Aspekte umfassend ein.



**Win-Win-Commerce Made in Switzerland.** E-Commerce Händlern bietet die Schweiz einzigartige Umsatzchancen. Gründe dafür sind die hohe Kaufkraft und die hohe Nachfrage. Asendia hilft Dir die Herausforderungen an die Logistik, die Zollbestimmungen und das Retourenmanagement zu meistern.

## Glossar

**Cross-Border-E Commerce:** Internationaler und grenzüberschreitender Online-Handel, bei dem Waren eines Online-Händlers in einem bestimmten Land an Kunden in anderen Ländern verkauft und ausgeliefert werden.

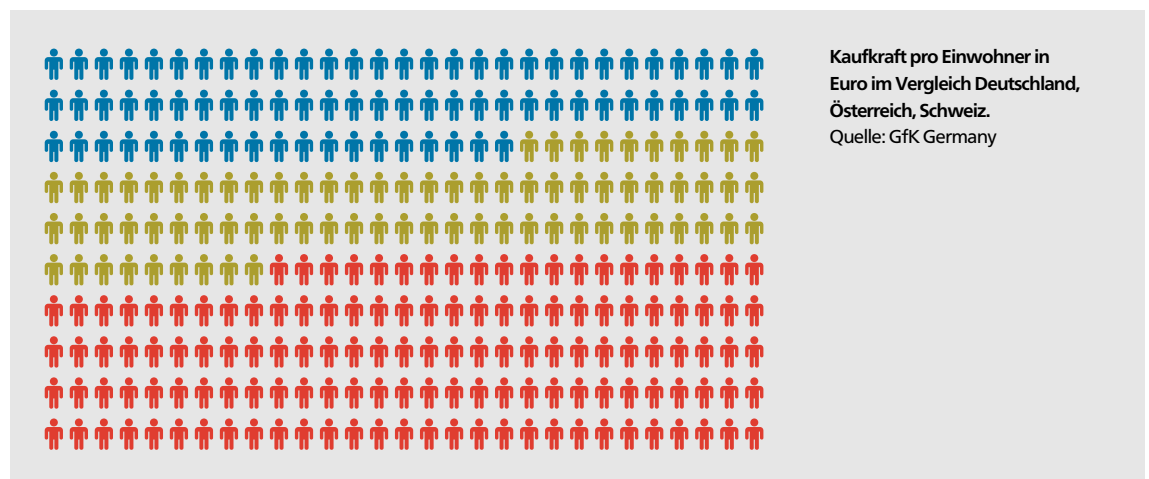
# Die Schweiz als einzigartiger Zielmarkt

## 80% mehr Kaufkraft

Beim Einkommensranking liegen Schweizer mit einem durchschnittlichen Jahreseinkommen von 71.473 Euro im internationalen Vergleich hinter Einwohnern von Kleinststaaten wie Monaco, Liechtenstein und Bermuda auf Platz vier. Zum Vergleich rangiert Österreich mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 41.753 Euro auf Platz 17 und Deutschland mit 39.873 Euro auf Platz 19.

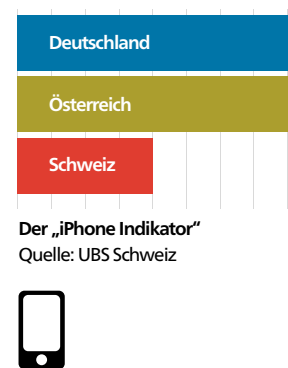
Noch dazu zählt der Schweizer Franken zu den wichtigsten und stabilsten Währungen weltweit. Währungs- und Einkommensverhältnisse führen dazu, dass die Schweiz bei der Kaufkraft weltweit zu den absoluten Spitzenreitern gehört.

Im Schnitt standen Europäern im vergangenen Jahr 14.739 Euro für Ausgaben zur Verfügung. Schweizer haben mit durchschnittlich 42.067 Euro fast dreimal so viel Geld zum Ausgeben, während Österreicher hierfür 24.067 und Deutsche 23.779 Euro besitzen.



Um die Dimensionen bei der Kaufkraft deutlich zu machen, hilft der sogenannte iPhone Indikator, den die Schweizer Großbank UBS ins Leben gerufen hat. Dieser zeigt, wie lange jemand arbeiten muss, um sich ein iPhone der neuesten Generation leisten zu können.

Schweizer müssen nur rund 20 Stunden arbeiten, bis sie ein iPhone kaufen können. Zum Vergleich: Mit knapp über 40 Stunden müssen deutsche und österreichische Arbeitnehmer für ein iPhone wesentlich länger tätig sein. Für Dich als Online-Händler bedeutet das, dass Schweizer sich Deine Produkte sehr viel einfacher leisten können als andere potentielle Abnehmer auf den Weltmärkten..



### Glossar

Kaufkraft: Das abzüglich der Fixkosten zur Lebenshaltung für Konsumzwecke zur Verfügung stehende Einkommen.



# Schweizer sind E-Commerce Importweltmeister

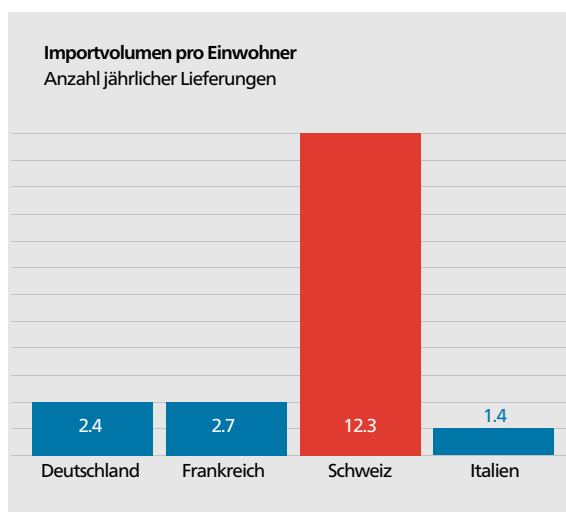
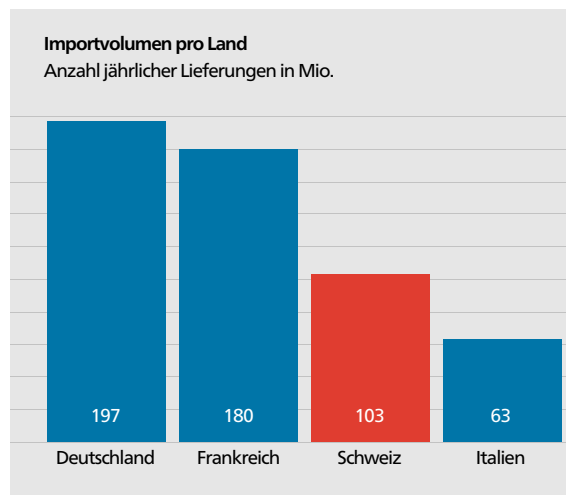
E-Commerce **Importvolumen** verschiedener Länder im Vergleich:

In dieser Aufstellung ist das jeweilige Importvolumen der bekannten großen Märkte Europas. Es verwundert nicht, dass die beiden größten europäischen Staaten Deutschland und Frankreich mehr Volumen generieren als die Schweiz. Dass Italien bereits weniger E-Commerce-Importvolumen als die Schweiz hat, dürfte aber eine Überraschung sein.

Betrachten wir die Ergebnisse pro Einwohner, liegt die Schweiz uneinholbar vorne. Es existieren viele gute Gründe für die Schweizer, Produkte aus dem Ausland zu importieren und sie machen sie von dieser Möglichkeit offensichtlich regen Gebrauch.

Da die Käufer auch auf die Entfernung zur Schweiz achten, sind insbesondere die Handelsströme zwischen den DACH-Staaten interessant. Für den deutschen und österreichischen Handel ist die Schweiz eines der wichtigsten Exportländer, da hier auch sprachliche und kulturelle Gemeinsamkeiten eine große Rolle spielen. Das deutsche Exportvolumen in die Schweiz wird einzig von China noch übertroffen. Nach Frankreich gehen nur etwa halb so viele Waren, obwohl hier rund acht Mal mehr Menschen leben als in der Schweiz.

Mit etwa 103 Millionen Warensendungen gehen in die Schweiz 63% mehr Pakete wie in das 7-fach größere Italien. Für Dich und Deinen Onlinehandel ist es deshalb in jedem Fall eine gute Idee, die Schweiz im Auge zu haben. Markttechnisch verbirgt sich hier ein Absatzpotenzial, welches die meisten mit Blick auf die Einwohnerzahl überhaupt nicht vermuten würden.



## Glossar

Importvolumen: Warenvolumen, das in ein Land eingeführt bzw. importiert wird.

# Die Waren mit dem stärksten Umsatzpotential

## Preisabhängige Faktoren

Hohe Löhne gehen fast immer mit einem hohen Preisniveau einher, was auch in der Schweiz der Fall ist, wo vieles deutlich teurer als im Ausland ist. Das trifft insbesondere auf Waren zu, die entweder lokal mit hohen Schweizer Lohnkosten produziert oder bei der Einfuhr mit hohen Zöllen belegt werden. Aufgrund des Schweizer Lohnniveaus, kommen hohe Kosten für die Warendistribution hinzu. Das Schweizer Bundesamt für Statistik ermittelt, wie viel teurer bestimmte Produktgruppen in der Schweiz sind. Als Basis dient hier das indexierte Preisniveau in Europa, wobei der Durchschnittswert der EU bei 100 liegt.

Beispielsweise werden bei Bekleidung und Pflege zwischen 35 und 97 Prozent mehr als in Deutschland für die gleichen Produkte fällig. Für Schweizer ist deshalb Cross Border E-Commerce in Europa eine willkommene Möglichkeit, um Geld zu sparen!

## Lokale Verfügbarkeit von Waren in der zentral liegenden Schweiz

Der Onlinehandel bietet heute eine größere Produktvielfalt als jemals zuvor. Heutzutage gibt es die gleichen Produkte oft in mehreren Ausführungen, sogenannten **SKUs (Stock Keeping Units)**. Damit können die individuellen Wünsche von Kunden besser erfüllt werden. Die Verkaufsfrequenz der einzelnen SKUs nimmt linear mit der Bevölkerungszahl zu. Aufgrund der hohen Lagerkosten pro Stück ist bei einem Land mit wenig Einwohnern wie der Schweiz jedoch eine lokale Vorratshaltung (insbesondere bei **Langsamdreher**) nicht lohnend. So ist es für ausländische Händler sinnvoller, ein Lager in Deutschland oder einem anderen größeren Nachbarland der Schweiz aufzubauen als in der Schweiz selbst. Unterstützend wirken hierbei die niedrigen Sprachbarrieren und die zentrale Lage des Landes.

In der Praxis besteht eine weitaus geringere Verfügbarkeit von speziellen Produkten in der Schweiz. Schweizer haben oft gar keine andere Wahl, als ein Produkt in einer ganz bestimmten Ausführung im Ausland einzukaufen. Immer mehr Händler und Produzenten machen sich dies zunutze, indem sie Cross-Border-E-Commerce mit der Schweiz betreiben.

## Beliebte Warengruppen

Pro Kunde werden in der Regel deutlich mehr Verkäufe erzielt als in Frankreich oder Deutschland. In der Kategorie Kleidung übertreffen die Schweizer ihre Nachbarn zuweilen um das Fünffache.

Schuhe und Bekleidung sind mit 28 Prozent auch die Artikel, die Schweizer besonders gerne bei internationalen E-Commerce-Händlern einkaufen. Bücher, Musik und Medien belegen mit 16 Prozent den zweiten Platz. Danach kommen Gesundheits- und Pflegeprodukte, Sport und Freizeit sowie Unterhaltungselektronik mit zwölf respektive elf Prozent ungefähr auf den gleichen Wert. Bekannt ist außerdem, dass Frauen und jüngere Befragte vornehmlich Kleidung kaufen, während Männer sich eher für Unterhaltungselektronik interessieren.

### Glossar

Stock Keeping Units (SKUs): SKU beschreibt eine eindeutig identifizierbare Lagereinheit, die alle identischen Artikel einer bestimmten Produktvariante umfasst.

Langsamdreher: Langsamdreher werden auch Ladenhüter oder C-Artikel genannt und bezeichnen Waren, die sehr schleppend verkauft werden und eine geringe Lagerumschlag-Geschwindigkeit beziehungsweise Verkaufsfrequenz aufweisen.

# Die drei großen Herausforderungen im Cross-Border E-Commerce

## Glossar

Zollbestimmungen: Regeln zur Abgabe von Waren, die über Ländergrenzen hinweg geliefert werden. Allgemein wird zwischen Einfuhr- und Ausfuhrzöllen

Delivered at Place (DAP): Bei DAP übergibt der Online-Händler seine Sendungen einem Zustelldienstleister, der die Waren in der Schweiz bis zum Kunden bringt. Der übernimmt auch die Zollabwicklung

## 1. Zollbestimmungen

Bei einem Export ins Ausland fallen innerhalb der EU keine Zölle, Mehrwertsteuern und Zollgebühren an. In der Schweiz ist aber genau das der Fall. Kaufen Schweizer Konsumenten bei einem Online-Shop im Ausland ein, sind sie grundsätzlich für die Verzollung und Mehrwertsteuer verantwortlich, wenn der Online-Shop im Ausland die Verzollung nicht bereits vorgenommen hat.

Ohne Erledigung durch den Verkäufer wird der Schweizer Käufer zum Importeur und muss dem Transportdienstleister Zoll und Mehrwertsteuer entrichten - meist verbunden mit einer Administrationsgebühr, die 20 bis 30 CHF betragen kann. Kommt es zu einer Retoure, wird der Schweizer Konsument wieder zum Exporteur und sendet die Ware ins Ausland - zusammen mit der entsprechenden Zolldeklaration.

Dieses Prozedere kann dazu führen, dass der Kauf im Ausland für einen Schweizer unattraktiv ist. Um dies zu umgehen, gibt es die Möglichkeit der vorverzollten Lieferung gemäss den Incoterms "Delivered Duty Paid" (DDP). Dies geschieht optimaler Weise mit einer kommerziellen Einzel- oder Sammelverzollung.

### Delivery at Place (DAP) - die kundenfeindliche Variante

Bei DAP übergibst Du als Online-Händler Deine Sendungen einem Zustelldienstleister, der die Waren auch in der Schweiz bis zum Kunden bringt. Dein Dienstleister verzollt entweder selbst, oder übergibt die Sendungen zur Verzollung an die Schweizerische Post. Die Verzollung wird jeweils auf den Warenempfänger vollzogen. Somit zahlt Dein Kunde anfallende Verzollungsgebühren sowie MwSt, Zoll und Lenkungsabgaben. Ausgenommen sind dabei Sendungen, die unter der Freigrenze liegen. Insgesamt existieren zwei Freigrenzen: Eine bezieht sich auf die Mehrwertsteuer in der Schweiz, die andere auf Zölle. In beiden Fällen beläuft sich der Grenzwert auf 5 CHF.

1. Mehrwertsteuerfreigrenze: Liegt der Transaktionswert, also der Warenwert, die Frachtkosten sowie Zölle unter 65 CHF (Produkte mit einem MwSt.-Satz = 7.7%) bzw. unter 200 CHF (Produkte mit einem MwSt.-Satz = 2.5%), wäre die Mehrwertsteuer geringer als 5 CHF und entfällt daher.

Dabei ist unter Umständen eine Mehrwertsteuerregelung für Händler zu beachten, die mit sogenannten "Kleinwaren" mehr als 100.000 CHF Umsatz erwirtschaften. "Kleinwaren" sind Waren die unterhalb der Freigrenzen liegen. Diese müssen sich in der Schweiz via einer Fiskalvertretung registrieren und sämtliche Mehrwertsteuern abführen. So werden dann zwangsläufig auch Mehrwertsteuern in der Schweiz fällig, die eigentlich aufgrund der Freigrenze (Zollfreigrenze für die Schweiz) von 5 CHF entfallen würden.

2. Zollfreigrenze: Der zu zahlende Zoll wird nicht, wie sonst überall auf der Welt, prozentual zum Warenwert berechnet, sondern nach dem Bruttogewicht der Bestellung (Ware inkl. Verpackung sowie Transportkarton). Die Zollkosten pro 100 kg einer Ware variieren je nach Produkt. Bei Kleidung muss man meist zwischen CHF 3 und CHF 5 pro Kg kalkulieren. Wenn sie also ein Paket mit 0,8 kg versenden und der Zollansatz bei CHF 5 pro Kg liegt müssten sie theoretisch CHF 4 bezahlen. Da die 4 CHF jedoch unter der Freigrenze von CHF 5 liegt, entfällt der Zoll komplett.

## 1. Zollbestimmungen

### Delivered Duty Paid (DDP) - die kundenfreundliche Variante

Überschreiten der Wert und die Versandkosten Deiner Warenkörbe häufig den Zollfreibetrag für die Schweiz, solltest Du über eine Investition in DDP-Logistik nachdenken.

Bei einer Lieferung auf DDP-Basis wird die Sendung vom jeweiligen Transporteur auf den Warenversender, der als Importeur auftritt, vorverzollt. Der Verkäufer bringt die Ware auf eigene Kosten und Gefahr bis an den Bestimmungsort im Importland. Dabei muss er alle anfallenden Formalitäten erledigen und trägt neben allen Kosten auch die Zollkosten für die Schweiz.

Mit DDP sind böse Überraschungen in Sachen Verzollung an der Haustüre kein Thema mehr. Der Waren Empfänger muss beim Empfang der Sendung an der Haustür keinerlei Abgaben entrichten – ihm wird die Sendung wie eine nationale Lieferung zugestellt.

Während mit DAP für Sendungen unterhalb der Freigrenzen keine postalischen Zollkosten für die Schweiz anfallen, ist dies beim DDP-Ansatz nicht so. Hier findet immer eine kommerzielle Verzollung statt, die ein Dienstleister erledigt. Da dieser seine Leistung auch dann erbringt, wenn die Sendung unterhalb der Freigrenzen liegt, fallen auch in diesem Fall Kosten an.

Diese Kosten variieren je nach Methode und Sendungsstruktur. Entscheidend ist, wieviel Sendungen und wie viele verschiedenen Waren Du versendest. Im Gegensatz zur DAP-Variante bzw. der postalischen Verzollung musst Du als Händler diese Kosten tragen.

Als Faustregel kann man für die Verzollungskosten pro Sendung bei niedrigen Sendungsvolumen von 2.00 CHF ausgehen, also nur ein Bruchteil der Kosten die potentiell bei einer postalischen Verzollung anfallen.

Bei einem größeren Volumen können die Kosten auch deutlich geringer sein. In jedem Fall kannst Du Deine Mehrkosten für die kommerzielle Verzollung im Checkout einpreisen.

Wesentlicher Vorteil ist, dass Deine Kunden keine Zusatzkosten in einer zweiten Zahlung leisten müssen, was zu einem positiven Einkaufserlebnis beiträgt. Mit DDP ist für Kunden der Einkauf in der Praxis genauso unkompliziert wie bei jedem Schweizer Onlineshop. Daher erreichen Online Händler mit DDP-Logistik eine sehr viel höhere **Conversion Rate** als solche, die ihre Waren unverzollt in die Schweiz exportieren. Schließlich möchte der Kunde möglichst stressfrei und entspannt einkaufen und nicht länger auf seine Einkäufe warten, um dann auch noch unerwartete Gebühren an der Haustüre bezahlen zu müssen.

Für ein gelungenes Einkaufserlebnis sind aus seiner Sicht vor allem Lieferzeit, Art der Verzollung (DAPvs. DDP Verzollung), Lieferpünktlichkeit, Netzwerkinfrastruktur und die Retouren-Lösung relevant. Als Dank für das positive Einkaufserlebnis profitierst Du von einer deutlich höheren Empfehlungs- und Wiederkaufsrate.

**Da der Schweizer Cross Border e-Commerce Shopper immer mit der Zollthematik konfrontiert ist, prüft dieser die Faktoren vor Abschluss des Kaufs penibel auf Deiner Webseite.**

#### Glossar

**Delivered Duty Paid (DDP):** Kurz gefasst heißt das: geliefert verzollt. Bei einer Lieferung auf Basis DDP bringt der Verkäufer die Ware auf eigene Kosten und Gefahr bis an den Bestimmungsort im Importland. Dabei muss er alle anfallenden Formalitäten erledigen. Zudem trägt der Verkäufer neben allen Kosten auch alle Einfuhrabgaben bzw. Zollkosten für die Schweiz. Formal entspricht DDP der DAP-Versendung plus Zoll- und Steuerabwicklung.

**Conversion Rate:** Die Conversion Rate beschreibt das Verhältnis der Besucher einer Webseite zu den getätigten Transaktionen.

## 1. Zollbestimmungen

### Einzel- versus Sammelverzollung


Bei der kommerziellen Verzollung existieren mit Einzel- und Sammelverzollung zwei Varianten. Welche Variante für dich besser ist, hängt von der Volumenstruktur bzw. dem üblichen Aufbau Deiner täglichen Lieferungen und den vorgesehenen Service-Prozessen ab.

#### Sammelverzollung:

Bei der **Sammelverzollung** lieferst Du Deine einzelnen Sendungen konsolidiert per Fracht in die Schweiz. Bei der Verzollung durch einen Verzollungsagenten werden laut der Zollbestimmungen in der Schweiz alle einzelnen Sendungen jeweils als eine Sendung verzollt.

Hier ein Beispiel: Angenommen Du verzollst 100 Sendungen eines Produkt, das 1 kg wiegt. Der Zollsatz beträgt 4.50 CHF/kg. Da die Sammelverzollung die einzelnen Sendungen zusammen fasst, setzt der Zollbeamte 100 kg zur Verzollung an - es werden also 450 CHF fällig.

Gleiches gilt für die Mehrwertsteuer in der Schweiz. Kosten die einzelnen Sendungen jeweils 55 CHF, setzt der Zoll (55 X 100) 5500 CHF als Basis für die Berechnung der Mehrwertsteuer an. Beträgt der Mehrwertsteuersatz für dieses Produkt 7.7%, wird ein Betrag von 5500 CHF x 7.7% (= 423.50 CHF) fällig.



**Sammelverzollung von 100 Sendungen á 1 kg mit einem Warenwert von jeweils 55 CHF:**

**Zollgebühren**  
100 kg x Zollsatz 4.50 CHF/kg = 450 CHF

**Mehrwertsteuer**  
100 x 55 CHF x 7.7% MwSt. = 423,50 CHF

#### Glossar

**Sammelverzollung:** Bei der Sammelverzollung liefern Händler einzelnen Sendungen konsolidiert per Fracht in die Schweiz. Bei der Verzollung durch einen Verzollungsagenten werden alle einzelnen Sendungen jeweils als eine Sendung verzollt.

**Einzelverzollung:** Bei der Einzelverzollung liefern Händler einzelnen Sendungen konsolidiert per Fracht in die Schweiz. Anders als bei der Sammelverzollung verzollt der Verzollungsagent dabei alle Sendungen separat.



## 1. Zollbestimmungen


### Einzel- versus Sammelverzollung

#### Einzelverzollung

Bei der **Einzelverzollung** lieferst Du Deine einzelnen Sendungen konsolidiert per Fracht in die Schweiz. Anders als bei der Sammelverzollung verzollt der Verzollungsagent dabei alle Sendungen separat. Wir bleiben bei dem eben genannten Beispiel: Du verschickst hundert Sendungen, die jeweils 1 kg wiegen und deren Zollsatz bei 4.50 CHF/kg liegt. Da man bei der Einzelverzollung die einzelnen Sendungen separat betrachtet, wird der Zoll in diesem Fall 1 kg zur Verzollung ansetzen. Es würden also theoretisch 4.50 CHF fällig. Da dieser Betrag jedoch kleiner ist als die Zollfreigrenze in der Schweiz von 5 CHF, werden tatsächlich 0 CHF fällig.

Gleiches gilt für die Mehrwertsteuer. Nehmen wir an, die einzelnen Sendungen kosten wieder jeweils 55 CHF. Auch hier werden die Sendungen separat betrachtet. Der Zoll setzt also nur 55 CHF als Basis für die Berechnung der Mehrwertsteuer an.

Die Mehrwertsteuer betrüge so mit einem Satz von 7.7% theoretisch 4.24 CHF. Da dieser Betrag jedoch kleiner ist als der Zollfreibetrag der Schweiz (5 CHF), werden auch in diesem Fall 0 CHF fällig. Solltest Du aber wie bereits beschrieben mehr als 100.000 CHF in der Schweiz umsetzen, musst Du dich registrieren und ALLE Mehrwertsteuer-Beträge abführen!



**Einzelverzollung von 100 Sendungen á 1 kg mit einem Warenwert von jeweils 55 CHF:**

**Zollgebühren**  
 $100 \times 1 \text{ kg} \times \text{Zollsatz } 4,50 \text{ CHF/kg} =$   
unterhalb der Zollfreigrenze = 0 CHF

**Mehrwertsteuer**  
 $1 \times 55 \text{ CHF} \times 7,7\% \text{ MwSt.} = 4,24 \text{ CHF} =$   
unterhalb der Zollfreigrenze = 0 CHF



**Du willst in Punkto Verzollung auf Nummer sicher gehen?  
Dann buche Dir einfach ein Beratungsgespräch.**

## 2. Logistische Herausforderungen

### Allgemeine Einflussfaktoren auf logistische Kosten

Beim nationalen E-Commerce hat die Wahl Deines Fulfillment-Standorts auf die Logistikkette einen wesentlich kleineren Einfluss als das im Cross Border E-Commerce der Fall ist. Nehmen wir als Beispiel an, Du möchtest nur innerhalb von Deutschland Deine Produkte verkaufen, wo es hunderte Fulfillment-Zentren und hunderte Logistikzentren von verschiedenen Anbietern für die Zustellung auf der letzten Meile gibt. Egal für welches Logistikzentrum Du Dich entscheidest, die Ware kann am selben Tag in ein Logistikzentrum Deines Zustellers angeliefert werden.

Allerdings ist es ein Vorteil, wenn Du Dich für ein Fulfillment Center entscheidest, das möglichst in der Nähe des Logistikzentrums liegt. Dabei lässt sich schnell eine halbe Stunde oder mehr bei der Cut-off time für eine Next day delivery sparen.

Weitere Faktoren kommen hinzu, die zu einer längeren Auslieferungszeit oder zu einer früheren Cutoff time führen, wenn die Produkte in ein anderes Land, zum Beispiel in die Schweiz, zugestellt werden sollen:

- Entfernung: Die geografische Distanz zwischen Fulfillment und Zielland ist ein entscheidender Faktor. Je größer die Distanz, die der Logistikanbieter zurücklegen muss, umso mehr kosten Personal, Energie und Verschleiß des Transportmittels. Ergo steigen die Kosten pro Paket bei gleichem Volumen.
- Netzwerktransfer: Es kann durchaus sein, dass Dein Anbieter für die letzte Meile kein eigenes Netzwerk im Zielland hat und deshalb Deine Bestellungen an einen Dienstleistungspartner übergibt. Die Übergabe an ein anderes Netzwerk kostet Zeit und bedeutet, dass die Zustellung länger benötigt oder die Cut-off time früher ist.
- Ort der Verzollung: Je nach Auslastung der einzelnen Zolldienststelle kann die Wartezeit stark variieren. Bei der Wareneinfuhr an kleineren Grenzübergängen sind häufig viel kürzere Wartezeiten die Regel.
- Volumen: Deine Stücktransportkosten sind stark vom versendeten Volumen beziehungsweise der Stückzahl der E-Commerce-Sendungen abhängig. Die Fixkosten pro Transport (Fahrer, Fahrzeugabschreibungen, Energiekosten und Verschleiß) sind dieselben, egal, ob Du eine Europalette oder sechs versenden möchtest. Deshalb steigen die Transportstückkosten bei geringerem Volumen massiv. Umgekehrt sinken die Kosten pro Sendung, wenn das Volumen steigt.

#### Glossar

Fulfillment: Lager der Waren von wo aus eingelieferte Waren auf die Reise zum Empfänger gehen.

Cut-off-time: Letzte Uhrzeit für Webshop-Bestellungen, bei der die Produkte noch rechtzeitig dem Zusteller übergeben werden können, um den schnellsten Auslieferungstermin zu realisieren.

Next day delivery: Die Auslieferung erfolgt einen Tag nach Einlieferung der Sendung.



**Du willst die logistischen Herausforderungen meistern?  
Dann buche Dir einfach ein Beratungsgespräch.**

## 2. Logistische Herausforderungen

### Transportmöglichkeiten - Kosten optimieren bei der der Verholung

Die drei wichtigsten Punkte auf der Reise Deiner Waren auf dem Weg zum Kunden:

**Startpunkt Fulfillment:**  
Hier sind Deine Waren eingelagert.



**Crossdocking-Punkt:**  
Gegebenenfalls zur Umladung Deiner Exportsendungen.



**Zielpunkt:** Einspeisung Deiner Waren in das Logistiknetz des Zustellers.



Folgende Faktoren haben maßgeblichen Einfluss auf Kosten der Verholung:

- 1. Entfernung:** Je größer die Distanz, die der Logistikanbieter zurücklegen muss, umso mehr steigen die Kosten pro Paket (bei gleichem Volumen). Die Wahl des Fulfillments im Cross Border ECommerce ist deshalb nicht zu unterschätzen.
- 2. Volumen:** Deine Transportstückkosten sind stark vom Versand-Volumen (Stückzahl der ECommerce-Sendungen) abhängig, weil die Fixkosten pro Transport dieselben sind, egal, ob Du eine Europalette oder sechs versendest.
- 3. Zuladung vs. Direkttransport:** Beim **Direkttransport**, wird ein Transportmittel ausschließlich für Deine E Commerce-Sendungen genutzt. Der Direkttransport ist eine schnelle Transportmöglichkeit ohne Umwege und Umladeprozesse. Bei voller Auslastung ist er die günstigste Variante. Bei geringem Volumen wird der Direkttransport pro Sendung teuer, weil die kompletten Kosten für eine Fahrt auf Deine wenigen Sendungen umgelegt werden müssen.

Bei einer **Zuladung** teilen sich verschiedenen Kunden die Transportkapazität für die Vorholung in die Schweiz. Deshalb sinken die Stückkosten pro transportierter Sendung. Bei der Zuladung gibt es zwei Varianten: Der **Sammeltransport** kommt bei Deinem Fulfillment (Startpunkt) vorbei, und bringt Deine Sendungen zum Zielpunkt. Oder Du transportierst Deine Sendungen selber mit einem kleineren Fahrzeug zum Crossdocking-Punkt, von dort wird die Ware von einem Spediteur zum Zielpunkt gebracht.

**Bei kleineren Versand-Volumen in die Schweiz** empfiehlt sich die postalische/Kurier-Vorholung. Du speist Deine Ware in Deinem Ursprungsland direkt in das System des Zustelldienstleisters ein, der für Dich die Verzollung übernimmt. Das ist ohne zusätzlichen Aufwand einfach realisierbar. Der Nachteil insbesondere für Deine potentiellen Kunden liegt in der DAP-Verzollung

**Bei größeren Versand-Volumen in die Schweiz** solltest Du schnellstmöglich auf eine kommerzielle Vorholung umstellen. Das heißt, Du transportierst erst Deine Waren ins Zielland. Gemeinsam mit einem Partner wie Asendia wird die Ausfuhrverzollung und die Einfuhrverzollung in die Schweiz sichergestellt.

**Folgende Vorteile ergeben sich aus der kommerziellen Verholung:**

- Wesentlich geringere Stückkosten
- Schnellerer Transport
- Besserer Service / optimale Kundenerfahrung (siehe DDP-Verzollung)

#### Glossar

Individual-bzw. Direkttransport: Bei einem Individualbzw. Direkttransport wird zur Beförderung der Ware ausschließlich ein Transportmittel wie ein LKW oder ein Kleintransporter für eine Sendung genutzt. Dabei müssen weder Umwege noch Umladeprozesse berücksichtigt werden. (2.2.2.)  
Zuladung: Bei einer Zuladung teilen sich verschiedenen Kunden die Transportkapazität

## 2. Logistische Herausforderungen

### Versand - und Zustellmöglichkeiten

#### Zustellung auf der letzten Meile -Tipps, die sich auszahlen

Bei diesem Schritt lohnt es sich, etwas genauer hinzuschauen.  
Aha-Effekte sind garantiert!

#### Kosten sparen: mit einem cleveren Format und dem richtigen Kanal

Dieser Teil der Logistik kann schnell ins Geld gehen. Umgekehrt lässt es sich hier aber auch gut sparen. Denn in der E-Commerce-Branche spricht man von einem Logistik-Stückkostenanteil von über 50 %. Tatsächlich schwanken die effektiven Kosten deutlich je nach Variante.

**MIT MAILBOX PLUS - EIN PROZESS, ZWEI KANÄLE!**  
VERWENDE FÜR ALLE PRODUKTE DAS RICHTIGE FORMAT UND SPARE KOSTEN!

Das Diagramm zeigt drei verschiedene Versandkanäle für Schuhe, jeweils mit den entsprechenden Abmessungen und Kostenangaben:

- PAKETKANAL (L-Format)**: max. H = 100cm, max. B = 60cm, max. L = 60cm. KOSTEN: X, 0-30 kg.
- BRIEFKANAL (N-Format)**: max. H = 60cm, max. B = 60cm, max. L = 60cm. max. L + B + H = 90cm; längste Seite max. 60cm. KOSTEN: X - 20%, 0-2 kg, Non-Boxable Format.
- BRIEFKANAL (B-Format)**: max. B = 250mm, max. L = 353mm, max. H = 30mm. KOSTEN: X - 60%, 0-2 kg, Boxable Format.

### Folgende Möglichkeiten gibt es beispielsweise:

**Briefkanal:** Über den Briefkanal kann man ca. 80 % der internationalen Sendungen verschicken. Bei internationalen Sendungen gibt es das Maximalformat Länge+Breite+Höhe  $\leq 90$  cm und  $\leq 2$  kg, mit dem sich beispielsweise zwei Paar Sneaker verschicken. Erfahrungsgemäß passen 80 bis 90 % aller Bestellungen im Fashion-Bereich in den Briefkanal.

**Paketkanal:** Damit verschickst Du Waren von 0 bis 30 kg mit den Maximalmaßen 100x60x60 cm.

**Kurierkanal:** In der Regel stehen Dir hier ähnlich große Formate wie im Paketkanal zur Verfügung. Zusätzlich profitierst Du von einem besseren Service und einer schnelleren Auslieferung. Für die Zustellung auf der letzten Meile kannst Du häufig zwischen prioritären Dienstleistungen und sogenannten Economy-Dienstleistungen wählen:

**Hybrider Ansatz:** Mit dem Hybriden Ansatz bist du maximal flexibel und kosteneffizient unterwegs. Du versendest kleiner Bestellungen im Briefkanal und grössere im Paketkanal. Wir von Asendia bieten diesen Ansatz für die Schweiz innerhalb eines Prozesses an. Für Dich bleibt also alles gleich, ausser deine Kosten - die sinken ;-).

Für die Zustellung auf der letzten Meile kannst Du häufig zwischen prioritären Dienstleistungen und sogenannten Economy-Dienstleistungen wählen:

- **Prioritäre Dienstleistung:** Deine Ware wird, sobald sie im Zielland angekommen ist, am nächsten Tag zugestellt.
- **Economy-Dienstleistung:** Deine Kunden müssen in der Regel einen Tag länger auf die Lieferung warten.

Bestellt ein Schweizer, eine Schweizerin in einem Nachbarland, wird eine Zustellzeit von 2 bis 5 Tagen erwartet. Kommt die Bestellung aus einem weiter entfernten Land innerhalb der EU, sind 4 bis 7 Tage Standard. Produkten, die außerhalb von Kontinentaleuropa eingekauft werden, wird eine Lieferfrist von 10 bis 15 Tagen gewährt. Bestimmte Versicherungen und Samstagzustellung, die es als Zusatzleistungen gibt, erfolgen häufig bei hochwertigen Sendungen.

Für den Schweizer Markt solltest Du unbedingt ein getracktes Logistikprodukt verwenden, da 94 % der Schweizer Shopper ihre Cross-Border-Sendungen tracken. Die Tracking-Aktivität lässt sich je nach Sendungsabschnitt in zwei Peaks einteilen:

- Schweizer Kundinnen und Kunden wollen wissen, dass die bestellte Ware auch wirklich auf dem Weg zu ihnen ist.
- Schweizer Kundschaft trackt kurz vor der erwarteten Ankunft des Pakets, um sich nach dem genauen Auslieferungstermin zu erkundigen. Dies ist vor allem bei Sendungen wichtig, die nicht DDP (also inklusive Steuern und Zölle) verschickt werden. Schließlich muss der Käufer, die Käuferin zu Hause sein, um Steuern, Zölle und Gebühren zu bezahlen.
- Die **Erstzustellquote** der Schweizerischen Post ist sehr hoch, die Diebstahlrate außergewöhnlich gering. Deshalb bevorzugen Schweizer Kunden eine Home Delivery. Außergewöhnlich ist auch die niedrige Nachfrage nach **Signature-Produkten** in der Schweiz.

#### Glossar

**Erstzustellquote:** Der Anteil der Sendungen die bei der ersten Auslieferung an den Empfänger angenommen werden. Signature-Produkte: Sendungen, die beim Empfang eine Unterschrift des Empfängers benötigen.



### 3. Retourenmanagement – aufwendig und teuer

Im Cross Border E-Commerce sind Retouren noch unbeliebter als im inländischen E-Commerce. Die Kosten sind weitaus höher, und der administrative Aufwand kann bei einem falschen Retouren-Set-up schnell in ungeahnte Höhen schnellen. Wenn die Retoure fiskalisch und administrativ schlecht aufgestellt ist, kann sie sogar zum Verlust der Zölle führen, die bei der Einfuhr bezahlt wurden.

#### Zwei Möglichkeiten für die internationale Retoure:

1. Du lässt Retouren von Schweizer Shoppfern direkt zurück nach Deutschland oder Österreich senden. Dein Retourenmanagement liegt also im Ursprungsland.
2. Du lässt Retouren von Schweizer Shoppfern direkt in ein Schweizer Retourenzentrum senden.

Bei der ersten Möglichkeit wird die Sendung von Deinem Schweizer Kunden beim gewählten Dienstleister aufgegeben. Dieser kümmert sich darum, dass die Sendungen direkt zurück in Dein Lager im Ursprungsland versendet werden. Dein Schweizer Kunde muss sich um folgendes kümmern:

- Wiederverpacken
- Frankieren der **Retoure**
- Zolldeklaration via **CN22**-Deklaration mit dem Kunden Login Post mit Angaben zu Wareninhalt, Warenwert, Gewicht
- Abholung organisieren oder Drop-off an einem Aufgabepunkt Deines Dienstleisters

#### Glossar

Retoure: Die Rücksendung von bestellten Waren vom Empfänger an den Versender.

CN22: Die Zollinhaltsklärung CN22 ist ein Formular, das von Zustelldienstleistern beförderten Paketsendungen beigelegt werden muss.

Ausfuhrverzollung: Die Ermittlung des Ausfuhrzolls für Waren, die über eine Zollgrenze ausgeführt werden.

Transitschein T2: Zollformular zum Transport von Waren in die Schweiz / aus der Schweiz falls die Waren nicht beim Grenzübergang verzollt werden.

Rückverzollung: Verrechnung von gezahlten Importgebühren bei Retouren.

### 3. Retourenmanagement – aufwendig und teuer

Nachdem die internationale Retoure verschickt wurde, muss sie im Ursprungsland wieder registriert, geprüft und eingelagert werden. Nach 4 bis 5 Tagen wird die Rückzahlung für die retournierten Artikel ausgelöst, was für die Schweizer Kundinnen und Kunden relativ lang ist, die zudem einen gewissen Aufwand haben, da sie das Verzollungsformular (CN22) online ausfüllen und das generierte Label daraus an der Sendung anbringen müssen. Ein weiterer Nachteil besteht darin, dass Schweizer Zölle nicht zurückgefordert werden können.

Bei der zweiten Möglichkeit für die internationale Retoure lässt Du die Retoure nicht ins Ursprungsland zurücksenden, sondern direkt zu einem spezialisierten Retouren-Dienstleister innerhalb der Schweiz. Diese Lösung ist vor allem für Händler mit großen Volumen geeignet, da hier die Logistikkosten weitaus günstiger ausfallen. Auch die Logistikkosten pro Retoure sind moderat, weil nur nationale Aufgabekosten entstehen.

Deine Schweizer Kundinnen und Kunden müssen kein Verzollungsformular ausfüllen. Du als Händler bekommst täglich ein Reporting und kannst so die Rückzahlung täglich für deine Kunden ausführen. Zudem können so die Schweizer Zölle die du beim Import in die Schweiz zahlen musstest zurückgefordert werden.

Insgesamt ist die nationale Retourenadresse perfekt für die Kundenrückreise. Somit ist die Wahrscheinlichkeit für einen Wiederkauf und eine Weiterempfehlung wesentlich höher. Darüber hinaus hat sie auch einen positiven Einfluss auf Deine Conversionrate. Aufgrund der Unannehmlichkeiten schauen Schweizer Shopper viel genauer auf die Retourenbedingungen als das bei deutschen oder österreichischen Shoppers der Fall ist.

Einen gewissen Nachteil bedeuten bei zwei Retourenhandlings - ein erstes Mal im Schweizer Retourenzentrum und ein zweites Mal im deutschen oder österreichischen Retourenzentrum - der höhere Administrationsaufwand. Allerdings lassen sich die einzelnen Aufgaben beim Check-In, Content Check und Case Management auch aufteilen.

#### **Folgendes ist dabei zu klären:**

- Wann wurde die Ware im Retourenzentrum eingecheckt?
- Welche der ursprünglich versendeten Artikel wurden eingecheckt?
- In welchem Zustand befinden sich diese Artikel?
- Welche Sonderangaben hat der Shopper gemacht? Will er beispielsweise ein bestimmtes Kleidungsstück in einer anderen Größe?

Individuelle Abklärungen gehören zum Case Management. Hat zum Beispiel ein Mitarbeiter das Gefühl, es liege ein Betrugsfall vor, macht er ein Foto und lässt den Fall durch den Händler genauer untersuchen. Dabei geht es um Informationen und eine möglichst automatisierte Weiterleitung der täglichen Reportings an den Händler. So weißt Du über den aktuellen Stand der Dinge Bescheid und kannst den Schweizer Shoppers schnell ihr Geld zurück überweisen.

Für Händler mit sehr großen Volumen kann es Sinn machen, die Retourensendungen täglich aus dem Schweizer Retourenzentrum zurückzuführen. Wenn es weniger als etwa 100 Sendungen sind, ist es aus Kostengründen besser, die Ware zu konsolidieren. Konsolidierungslimits können über einen bestimmten Zeitpunkt (zum Beispiel Rücksendung alle zwei Wochen) oder über eine Menge (zum Beispiel nach acht Europaletten) definiert werden.

Es macht durchaus Sinn, dass der gleiche Dienstleister, der Deine Importe und die Zustellung in der Schweiz regelt, auch das Retourenmanagement übernimmt. Dieser hat bereits, aufgrund der Verzollungsdaten für den Import, alle nötigen Informationen um ein teilautomatisiertes und somit günstiges Retourenmanagement durchzuführen. Auch die Zölle kann er so für Dich zurückfordern. Desweiteren können so die Retouren kostengünstig auf den LKWs retourniert werden, die die Waren regelmässig in die Schweiz bringen.

### 3. Retourenmanagement – aufwendig und teuer

#### Ausfuhrverzollung und Rückverzollung

Die Ausfuhrverzollung sorgt dafür, dass Deine Retouren die Schweiz wieder mehrwertsteuerkonform verlassen. Für die Ausfuhrverzollung und die Erstellung des **Transitscheins (T2)** brauchst Du einen Zollagenten, der das Handling kostenpflichtig für Dich übernimmt.

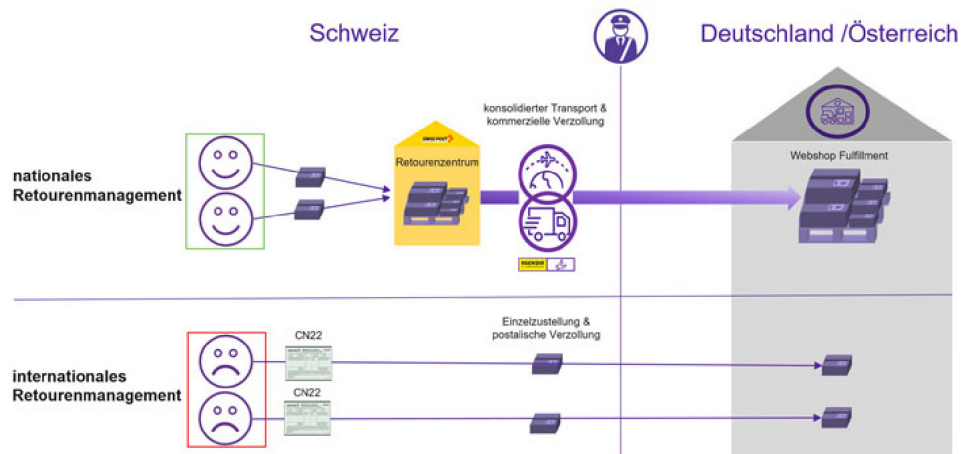
Die **Rückverzollung** macht für Händler Sinn, die entsprechend hohe Importabgaben bezahlt haben. Das trifft nur auf Händler zu, die die Waren per DDP in die Schweiz verschickt haben, also selber die Gebühren getragen haben.

Angefallene Mehrwertsteuer und Zölle können sich bei der Ausfuhr wiederholen. Bei Modehändlern macht das zwischen 2 CHF und 4.70 CHF pro Kilogramm ihrer rückverzollten Sendungen aus (das Bruttogewicht ist ausschlaggebend, also Ware inklusive Verpackung). Dieser administrative Prozess sollte ebenfalls durch Deinen Dienstleister erledigt werden. Wenn der Zollrückforderungsprozess technisch sauber aufgesetzt wurde, bedeutet dies für Dich keine Mehraufwände.

Insgesamt ist das ganze Retourenmanagement außerordentlich datenlastig, weswegen der Dienstleister über entsprechend moderne und dynamische IT-Tools verfügen sollte. Nur so ist gewährleistet, dass er die Datenerhebung sowie das Reporting an Deine Bedürfnisse anpassen kann.

#### Glossar

Transitschein T2:  
Zollformular zum  
Transport von Waren  
in die Schweiz.  
Rückverzollung:  
Verrechnung  
von gezahlten  
Importgebühren bei  
Retouren.



Möchtest Du mehr über ein optimales Retourenmanagement wissen, das auf Dich zugeschnitten ist? Dann buche Dir einfach eine kostenlose Beratung

# Wirtschaftliche Hebel für grenzenlose Customer-Journeys

## Erstaunliche Vorteile mit Hybridlösung

Nach wie vor leiden Unternehmen unter zu hohen Versandkosten für kleine und mittlere Produktgrößen. Abhilfe schafft eine Lösung, die auch im Kreise von E-Commerce Spezialisten weitgehend unbekannt ist. Dabei werden der Brief- und der Paketkanal in einem Prozess miteinander kombiniert. Große Pakete werden weiterhin im teureren Paketkanal verarbeitet – für rund 80% des Volumens ist jedoch das günstigere Briefformat ausreichend.

## Datengetriebene Einzelverzollung nur bei Asendia

Die meisten Onlinehändler versenden ihre Waren "blind" in die Schweiz und überlassen ihren Kunden das Übel der Verzollung. Mit einer datengetriebenen kommerziellen Verzollung kannst Du die Kosten für eine vor verzollte DDP Variante locker verkraften. Gleichzeitig reduzierst Du die Transaktionskosten und verbesserst die Customer Journey extrem zum Positiven.

Für Händler mit entsprechenden Portfolios (z.B. Kleidung oder Nahrungsergänzungsmittel) hat Asendia noch ein Ass im Ärmel – die Einzelverzollung. Mit ihrer Hilfe kannst du nochmals so richtig sparen.

## Finde jetzt die optimale Lösung für Deinen Shop!

Onlineshops können dank innovativen Versandlösungen bis zu 63% Kosten sparen. Der Optimizer stellt Dir 10 Fragen und berechnet Dein Optimierungspotenzial - konkret in Euro & Cent! Wie das funktioniert? Finde es jetzt kostenlos heraus.

Optimizer 4.0

Erstgespräch anfordern

Was ist das richtige für mich? Im gemeinsamen Gespräch finden wir es heraus.

