

Im Gespräch mit Moonwards

Erhalten Sie Einblicke in den Verkauf auf Amazon.com



Moonwards ist ein erfahrener Amazon-Verkaufspartner mit Sitz in Bad Zwischenahn. Sie verkaufen seit 2018 Heimwerkerbedarf auf Amazon.de und beschlossen, in 2023 in die USA zu expandieren.



Unser Ziel beim Launch in den USA war es, eine große Kundenbasis zu erschließen und diese Gelegenheit bestmöglich zu nutzen. Mit den effizienten Prozessen und der Unterstützung von Amazon Global Logistics konnten wir ein starkes Wachstum verzeichnen, ohne dabei einen signifikanten Mehraufwand zu betreiben.

-Lukas Aey, Hilko Groß

Geschäftsführer



Bitte erzählen Sie uns von Ihrem Geschäft und den Beginn Ihrer Amazon-Reise in Deutschland.

Hilko war vor seiner Amazon-Karriere lange in der Musik Branche als Dj & Produzent tätig, reiste um die Welt, spielte vor großem Publikum und lernte dort jemanden kennen, der bereits erfolgreicher Amazon Seller war und hat so einiges mitbekommen. Dort wurde das erste Interesse geweckt. Lukas war ebenfalls in der künstlerischen Branche tätig, begeisterte Menschen mit seiner Magie in aller Welt. Wir haben jedoch dort langfristig nicht mehr den Schwerpunkt gesehen und gründeten so 2018 die Firma Moonwards mit dem Fokus Amazon. Seitdem fokussieren wir uns mit unserer Ideenvielfalt und Tatendrang zu 100% auf Amazon.

Was hat Sie dazu inspiriert, mit Amazon in die USA zu expandieren?

Wir sind uns bewusst, dass der Marketplace in den USA der Größte ist und somit war für uns klar, dass wir zusammen mit Amazon diese Chance eines Tages nutzen müssen. Nachdem wir die ersten Jahre viel gelernt haben und bereits erfolgreich in Europa verkaufen, war dies der nächste logische Schritt. Amazon bietet uns in den USA nicht nur mit dem Marketplace, sondern auch mit der Logistik [Amazon Warehousing and Distribution \(AWD\)](#) großartige Möglichkeiten unser Geschäft effizient und einfach zu skalieren.

Beginnen Sie mit dem Verkauf in den USA [↗](#)

Wie ist die Struktur Ihres Unternehmens in den USA aufgebaut?

Wir verkaufen und steuern aktuell noch alles mit unserer deutschen GmbH.

Wie sind Sie mit dem Thema Steuern und Mehrwertsteuern umgegangen? Haben Sie externe Unterstützung durch Drittanbieter in Anspruch genommen?

Die Sales Tax (welche fast in jedem Staat unterschiedlich ist) wird automatisch durch Amazon abgeführt, was eine erhebliche Arbeitserleichterung für uns ist. Außerdem nutzen wir Software wie „Amainvoice“, um einen guten Überblick zu behalten.

Erfahren Sie mehr über die US-Steueranforderungen [↗](#)



Wie sind Sie mit den Anforderungen und Vorschriften des US-Marktes umgegangen und haben die Produktkonformität gehandhabt?

Wir haben im Vorfeld Informationen von verschiedenen Experten eingeholt und unsere Produkte von jeweiligen Experten abchecken lassen. Wir waren unter anderem mit der Firma Alton im Austausch und haben ebenfalls an einem Onlinekurs über die Expansion in die USA mit Amazon teilgenommen („The Tide is turning von Til Andernach“).

Welche Tools oder Software verwenden Sie, um Listings im US-amerikanischen Store zu erstellen und zu verwalten?

Wir nutzen Helium10 für unter anderem Keywordrecherche, Titel, Bullet-Points und auch um unsere Rankings zu tracken.

Erfahren Sie mehr über den weltweiten Verkauf [↗](#)

Wie handhaben Sie die Übersetzungen und die Qualität der Inhalte (z.B. Produktdetailseiten, Bilder)? Verwenden Sie dafür bestimmte Tools?

Wir arbeiten ausschließlich mit Muttersprachlern zusammen, um unsere Botschaften zieltreffend herüberzubringen. Diese finden wir hauptsächlich über Freelancer Plattformen wie UpWork und Fiverr.

Wie sieht die Struktur Ihrer Lieferkette bzw. der Inbound Logistik aus? Welche Versandmethode (z.B. Paket, Container, Luftfracht/Seefracht) nutzen Sie? Versenden Sie Ihre Produkte im Eigenversand oder nutzen Sie Versand durch Amazon? Warum?

Wir nutzen ausschließlich den *Versand durch Amazon* und senden unsere Ware in Containern, per Seefracht zu Amazon. Hier nutzen wir ebenfalls Amazon Warehousing and Distribution (AWD) Service, sowie direkte FBA-Inbounds. Wenn es mal schneller gehen muss, nutzen wir auch gerne den Service „Fast-Ocean“, wo das Schiff weniger als 20 Tage von China nach LA, USA benötigt.



Wie haben Sie die Zoll- und Einfuhrbestimmungen gehandhabt? Hat Ihr Logistikpartner Sie dabei unterstützt?

Da wir ausschließlich Amazon Global Logistics verwenden, wird dies transparent und einfach abgewickelt und dargestellt. Amazon Global Logistics wickelt ebenfalls den Zoll und die korrekte Einfuhr für uns ab. Wichtig sind hierbei die Strafzölle zu beachten, welche erheblich sein können.

Wie organisieren Sie Ihre internationalen Retouren?

Wir spenden unsere Retouren, da sie im unteren- mittleren Preissegment liegen.

Wie sieht Ihre Werbe- und Marketingstrategie aus? Auf welche Tools verlassen Sie sich?

Auch hier arbeiten wir mit Experten zusammen. Für PPC nutzen wir die Software „Adference“. Wir legen großen Wert auf Brandbuilding im Marketing. Außerdem ist uns visueller Content enorm wichtig, welchen wir stets weiterentwickeln.

Füllen Sie die Umfrage aus, um uns Feedback zu geben [➔](#)

Erkennen Sie einen signifikanten Unterschied zwischen europäischen und US-amerikanischen Kund:innen?

Die amerikanischen Kunden sind in unseren Augen noch enthusiastischer bei der Meinung zu unseren Produkten und tragen dies noch mehr nach außen. Wir haben vorher den amerikanischen Markt analysiert und darauf aufbauend unsere Bilder erstellt. Diese haben wir dann mit einer amerikanischen Audience über die Plattform „Pickfu“ mehrfach gesplittet.

Wie entscheiden Sie, welche Produkte Sie in den USA anbieten?

So wie auch in Europa, schauen wir ob das Produkt unsere Kriterien für den Launch in den USA erfüllt. Oft spielen hierbei viele Faktoren eine große Rolle und wir gestalten das sehr individuell. Grundsätzlich muss die Nachfrage stimmen. Hier nutzen wir hauptsächlich Helium10, um z.B. das Suchvolumen zu sehen. Zudem ist wichtig, dass die Konkurrenz nicht zu stark ist und wir die Möglichkeit haben uns über gewisse Punkte wie Design, Funktionalität etc. abzuheben.

Senden Sie uns eine E-Mail, um Unterstützung zu erhalten [➔](#)



Wo sehen Sie Ihr Amazon-Geschäft in den USA in den nächsten 12 Monaten?

In den nächsten 12 Monaten sehen wir enormes Wachstum, welches wir hier in Europa vermutlich nie erreichen könnten. Wir freuen uns möglichst viele Kunden zu erreichen und mit unseren Produkten zu begeistern. Zudem werden wir in bis dahin weitere Produkte in den USA launchen, um unser Wachstum weiter voranzutreiben.

Was sind Ihre abschließenden Worte und wichtigster Ratschlag für Verkaufspartner, die mit der Expansion in die USA beginnen?

Wir würden empfehlen erstmal mit einem Produkt zu starten, welches nicht zu komplex ist im Sinne von Anforderungen und Risiken, um erstmal den Markt und die Kunden, sowie die logistischen Abläufe kennenzulernen. Zudem sollte man sich im Vorfeld genügend Informationen und das nötige Know-How einholen, wie bereits oben erwähnt zum Beispiel ggf. Strafzölle.



Wir würden empfehlen erstmal mit einem Produkt zu starten, welches nicht zu komplex ist im Sinne von Anforderungen und Risiken, um erstmal den Markt und die Kunden, sowie die logistischen Abläufe kennenzulernen.

Beginnen Sie mit dem Verkauf in den USA [↗](#)