



PLAYBOOK ABRECHNUNG & MONETARISIERUNG

FÜR DIE INTERNATIONALE EXPANSION



www.nitrobox.com

INHALTSVERZEICHNIS



1 EINLEITUNG

Das wahre Potenzial von Unternehmen durch internationale Expansion erschließen

1 GESCHÄFTSMODELL-KONTEXT

Warum sind bestimmte digitale Geschäftsmodelle erfolgreich?

2 AUTOMATISIERTE ABRECHNUNG

Wie kann ich korrekte Rechnungen für verschiedene Länder erstellen?

3 SMARTES ZAHLUNGSMANAGEMENT

Wie entwickle ich eine Zahlungsmanagement-Strategie, die den Erfolg maximiert?

4 INTERNATIONALE BUCHHALTUNG

Wie führe ich eine erfolgreiche Buchhaltung in mehreren Währungen?

5 STARTEN SIE JETZT DURCH!

So einfach geht internationale Abrechnung & Monetarisierung mit Nitrobox

EINLEITUNG

In der globalisierten Wirtschaft von heute kann jedes Unternehmen international expandieren. Vom Einzelunternehmer, der selbstgestrickte Kleidung auf Etsy verkauft, bis hin zu den erfolgreichsten FinTech-Einhörnern.

Die internationale Expansion ist ein spannender Schritt, denn Unternehmen können ihre potenzielle Kundenbasis massiv vergrößern, den Umsatz steigern, die Rentabilität erhöhen und ihr wahres Potenzial ausschöpfen - in großen Teilen auch dank moderner Technologien wie automatischer Abrechnung und Monetarisierung.

Doch so vielsprechend wie dieser Schritt auch ist, so schwierig kann er sein. Denn international zu expandieren, ist eine komplexe Angelegenheit. Nur weil Unternehmen global agieren können, heißt das nicht, dass sie auch wissen, wie. Hierbei muss vor allem berücksichtigt werden, dass jedes Land seine eigenen Marktpräferenzen, kulturellen Vorlieben, Sprachen, Währungen, Abrechnungsregeln und Compliance-Vorschriften hat. Daher ist es umso wichtiger, dass man sich als expandierendes Unternehmen vor dem Verkauf in andere Länder die entsprechende Finanz-, Betriebs- und Vertriebsinfrastruktur aufbaut. Unternehmen können ihre Türen für einen neuen Kundenstamm öffnen, müssen sich dabei aber an die Regeln und Vorschriften eines anderen Landes halten.

In diesem Playbook beleuchten wir die Bereiche Finanzprozesse und Produktgestaltung, die Unternehmen bei der Internationalisierung unbedingt im Blick haben sollten. Denn skalierende Unternehmen können es sich nicht leisten, bei der Erschließung neuer Märkte unvorbereitet durchzustarten. Wussten Sie, dass nur 7% der Startups es bis zur Serie C schaffen? Diese Unternehmen haben eines gemeinsam: Ihre Gründer und Finanzchefs überlassen nichts dem Zufall.

Daher führt Sie dieses Playbook durch die wichtigsten Themen, die Ihnen bei der Gestaltung eines Abrechnungs- und Monetarisierungs-Konzepts für die internationalen Expansion Ihres Unternehmens begegnen werden. Es skizziert wichtige Herausforderungen, bietet Vorschläge zur Überwindung von Hürden und zeigt, welche Rolle dabei eine zentrale Abrechnungs- und Monetarisierungs-Plattform bei der Verbesserung von Prozessen in den Bereichen Abrechnung, Buchhaltung, Zahlungsmanagement und Finanzreporting für skalierende Unternehmen spielt.

1 GESCHÄFTSMODELL-KONTEXT

SCHLÜSSELFRAGEN

- Warum sind bestimmte digitale Geschäftsmodelle erfolgreich, warum scheitern andere?
- Wie versteht man einen neuen Markt? Welche Überlegungen gibt es?
- Was passiert, wenn man unterschiedliche Marktbedingungen nicht berücksichtigt?
- Wie können wir unser digitales Geschäft an neue Märkte anpassen?



JETZT IST DIE ZEIT FÜR INNOVATION

Auch wenn wir uns Ende 2022 in einem Baisse-Markt befinden, haben Unternehmen jetzt die große Chance, Innovationen zu schaffen. Diese Gelegenheit sollte man als Unternehmen unbedingt nutzen, um auch in Zukunft Erfolg zu haben. Dank der Digitalisierung können Unternehmen - von Start-ups über Scale-ups bis hin zu Konzernen - etablierte Branchen neu erfinden, Verbraucherprobleme auf innovative Weise lösen, mit Nutzungsdaten fair und gewinnbringend Einnahmen generieren und mit wenigen Klicks ein globales Publikum erreichen.

Man denke daran, wie Amazon, Uber, Tesla und Netflix ihre jeweiligen Sektoren erfolgreich besetzt haben. Dabei stützen sie sich auf digitale Technologien, um ihre jeweilige Branche zu begründen oder neu zu erfinden. Sie sind erfolgreich, weil sie innovativ sind und dadurch Werte schaffen, die ohne Technologie so nicht möglich wären. Durch vielerlei Versuche, gemachte Fehler, Anpassungen und wichtige Learnings waren sie in der Lage, starke digitale Geschäftsmodelle aufzubauen. Diese Mischung aus Digitalisierung und Hartnäckigkeit hat es ihnen ermöglicht, sich von der Konkurrenz abzuheben und für sich einen einzigartigen Wettbewerbsvorteil zu schaffen.

Doch selbst Tech-Giganten wie FANG (Facebook, Amazon, Netflix, Google) verstehen manchmal nicht, dass ein digitales Geschäftsmodell, das in einem Markt gut funktioniert, für einen anderen ungeeignet sein kann. Aber warum ist das so und was können wir von ihnen lernen?

VERSTEHEN UND DURCHDRINGEN SIE DEN NEUEN MARKT VOR MARKTEINTRITT

Was tun Sie, wenn Ihr neuer Zielmarkt bereits mit einem vergleichbaren Geschäftsmodell gesättigt ist oder sich die kulturellen Gegebenheiten stark unterscheiden? Nehmen wir an, es ist 2010 und Sie wollen Google Maps nach Deutschland bringen. Das würde nicht funktionieren. Damals wurde Deutschland liebevoll der Titel "Blurmany" verliehen, während es im Fokus einer heftigen Datenschutzdebatte über Google Street View stand. Die Moral von der Geschichte: Man muss sich darüber im Klaren sein, dass unterschiedliche Märkte unterschiedliche Voraussetzungen mit sich bringen.

Dies mag zwar offensichtlich erscheinen, aber die Tatsache, dass Unternehmen beim Eintritt in neue Märkte immer wieder Fehler machen, ist ein klares Zeichen dafür, dass das, was offensichtlich ist, nicht unbedingt für jeden offensichtlich ist. In einer der katastrophalsten Marketingkampagnen des 20. Jahrhunderts zog Coca-Cola das Dasani-Wasser aus dem Vereinigten Königreich zurück. Coca-Cola scheiterte aus vielen Gründen, z. B. wegen der falschen Kennzeichnung von aufbereitetem Leitungswasser als Quellwasser, der Verunreinigung durch Bromid und der britischen Vorstellung von elegantem Tafelwasser in Flaschen, während man in den USA einen viel niedrigeren Anspruch an Flaschenwasser richtete.

Das Gleiche gilt für digitale Geschäftsmodelle. Sie sind zwar nicht so spannungsgeladen wie verunreinigtes Leitungswasser, aber wenn Sie Ihr Produkt auf Abonnementbasis anbieten und fest-

BUSINESS-KONTEXT



stellen, dass die Verbraucher in Ihrem neuen Zielmarkt es leid sind, für Abonnements zu zahlen, könnten Sie Schwierigkeiten haben, neue Kunden zu gewinnen, wenn Sie sich nicht von den etablierten Anbietern abheben.

PASSEN SIE IHR GESCHÄFTSMODELL AN DEN NEUEN MARKT AN

Sich anzupassen ist oft leichter gesagt als getan. 99% der Arbeit besteht darin, zu erkennen, wie der jeweilige Markt funktioniert. Nehmen wir das obige Beispiel: Um in einem neuen Markt erfolgreich zu sein, könnte man statt des Abonnements ein nutzungsbasiertes Preismodell einführen. Mit dem smarten Business Plan Builder von Nitrobox ist die Gestaltung verschiedener Geschäftsmodelle, wie Abonnements, nutzungs-basierte, transaktionale oder hybride Modelle, ein einfacher und schneller Prozess.

Die Geschwindigkeit, mit der Sie Ihr Geschäft umstellen können, verschafft Ihnen einen Wettbewerbsvorteil, indem Sie z.B. ein wertorientiertes Preismodell (und gleichzeitig etwas Neues) anbieten. Ihre Kunden zahlen damit nur für das, was sie wirklich nutzen, und keinen Pauschalbetrag, der immer fällig ist egal, ob sie das Produkt nutzen oder nicht. Wenn es um digitale Geschäftsmodelle geht, sollten Sie für den Markt, auf den Sie abzielen, innovative Preismodelle entwickeln, die den Verbrauchern mehr und im besten Fall auch einzigartige Vorteile bieten als der Standard.

Stellen Sie sich vor, Sie sind ein Video-Streaming-Dienst. In Indien geben 42% der Bevölkerung bereits mehr als 31 US-Dollar pro Monat für Video-Streaming aus. Die Konsumenten vor Ort möchten also vielleicht nicht noch eine weitere Abonnement-Option abschließen, da ihre Bedürfnisse abgedeckt sind. Sie müssten wahrscheinlich Ihr Preismodell und/ oder den angebotenen Videocontent neu überdenken. In China hingegen könnte dieses Modell besser funktionieren. 55% der Bevölkerung geben weniger als 15 US-Dollar pro Monat für Video-Streaming-Dienste aus, und nur 10% geben mehr als 31 US-Dollar pro Monat aus. Kurz gesagt: Betrachten Sie die Marktsättigung als Ausgangspunkt für die Strukturierung Ihres Geschäftsmodells zusätzlich zum eigentlichen Produkt selbst.

Ein weiteres Beispiel: Untersuchungen zeigen, dass in Spanien und Frankreich mehr Abonnements abgeschlossen werden als in anderen europäischen Ländern, nämlich 34% bzw. 31%. Die Studie besagt, dass dort jeder Einwohner sechs bis zehn Abonnements hat. Im Gegensatz dazu ist dieser Prozentsatz in den meisten anderen europäischen Ländern viel niedriger und liegt zwischen 5% und 23%.

Abonnementprodukte bieten somit eine echte Marktchance in Europa und der Markt für digitale Produkte ist dort bisher noch wenig erschlossen. In anderen Teilen der Welt hingegen könnten die Verbraucher übersättigt sein, was das Abonnementmodell anbelangt. So haben beispielsweise Barclaycard-eigene Daten gezeigt, dass die Ausgaben für Abonnements im Mai 2022 im Vergleich zum Mai 2021 um 5,7% gesunken sind.

Die Schlussfolgerung ist klar: Gehen Sie nicht davon aus, dass Sie das gleiche digitale Geschäftsmodell (oder auch andere Geschäftsmodelle) auf all Ihren Zielmärkten einführen und die gleichen Ergebnisse erzielen können. Stattdessen müssen Sie den einzigartigen Kontext und das Geschäftsumfeld jedes Marktes sorgfältig berücksichtigen, um Ihr Unternehmen und Ihre Produkte zu differenzieren.

DENKEN SIE HOLISTISCH UND ÜBERGREIFEND

Wie können Sie Ihr Unternehmen über das digitale Geschäftsmodell hinaus gestalten, um sich von der Konkurrenz abzuheben? Um es noch einmal zu wiederholen: Beschäftigen Sie sich eingehend mit den Verbraucherproblemen des neuen Markts (z.B. Bezahlung von Abonnements, die kaum genutzt werden), und wie Ihr Produkt diese Probleme lösen kann (z.B. durch die Einführung eines fairen, nutzungsabhängigen Preismodells). Ist der Markt ähnlich oder anders als Ihr Herkunftsmarkt? Gibt es kulturelle Komponenten, die Sie berücksichtigen müssen? Denken Sie ganzheitlich und übergreifend.

Wenn Sie herausgefunden haben, wie Sie Ihr Produkt verkaufen, sich einen Wettbewerbsvorteil verschaffen und Ihre dazu passende Monetarisierungs- und Abrechnungsinfrastruktur

innerhalb Ihrer Finanzsystemlandschaft erfolgreich eingerichtet haben, sind Sie bereit für den aufregenden Teil: die Gewinnung neuer Kunden.

Auf die Kundengewinnung werden wir in diesem Whitepaper allerdings nicht weiter eingehen, da Sie Ihre Zielpersona (und wie Sie sie ansprechen) viel besser kennen als wir.



WICHTIGE ERKENNTNISSE

- Unternehmen, die nicht innovativ sind, werden über kurz oder lang scheitern, wenn Innovation der Standard ist.
- Verstehen Sie Ihren neuen Markt als wirklich einzigartig im Vergleich zu Ihrem Herkunftsmarkt.
- Marktwissen und echtes Marktverständnis führt zu Innovation und erfolgreicher Anpassung.
- Der Aufbau eines flexiblen, innovativen digitalen Geschäftsmodells ist mit einer Abrechnungs- und Monetarisierungssoftware wie Nitrobox einfach umsetzbar.



2 AUTOMATISIERTE ABRECHNUNG

Nachdem Sie Ihr Unternehmen erfolgreich am neuen Markt etabliert haben, ist es Zeit für das Wesentliche: die Umsatzgenerierung. Sobald Sie Bestellungen von Kunden erhalten, müssen Rechnungen erstellt werden.

Dies ist mit einer Reihe potenzieller Herausforderungen verbunden, wie z.B. Rechnungslokalisierung, Steuervorschriften, Einhaltung von E-Invoicing-Compliance, länderspezifische Archivierung und Mahnwesen. Lassen Sie uns jeden dieser Bereiche genauer betrachten und die Fragen herausarbeiten, die Sie sich vorab stellen sollten.

LOKALISIERUNG VON RECHNUNGEN

SCHLÜSSELFRAGEN

- Wie können wir Rechnungsdokumente in der Landessprache des neuen Landes erstellen?
- Wie können wir Rechnungen erstellen, die den lokalen Vorschriften eines Landes in Bezug auf Rechnungsformatierung und -inhalt entsprechen?



Für grundsätzlich alle Kunden ist es entscheidend, dass sie mit Anbietern in ihrer eigenen Sprache kommunizieren können. Dies senkt nicht nur die Einstiegshürde, sondern schafft auch Vertrauen. Außerdem können Sie nicht erwarten, dass alle Kunden mehrsprachig sind oder die Bereitschaft dazu haben. Die Sprachlokalisierung und der Versand von Rechnungen in der jeweiligen Marktsprache ist daher der Grundbaustein für die Expansion in neue Märkte.

Aber es geht um viel mehr, als nur sicherzustellen, dass Ihre Kunden die Rechnungen auch tatsächlich verstehen können. Bevor Sie mit dem Verkauf im Ausland beginnen, sollten Sie sich unbedingt mit den Anforderungen des jeweiligen Marktes an die Lokalisierung von Rechnungen vertraut machen. Bei der Lokalisierung von Rechnungen reicht es nicht aus, nur die korrekten Zahlen in das Rechnungsdokument zu bringen. In einigen Ländern gibt es spezielle Vorschriften für die Gestaltung und den Inhalt von Rechnungen. In Deutschland beispielsweise müssen alle Rechnungen eine eindeutige, fortlaufende Nummer, vollständige Angaben zu den gelieferten Waren oder Services und den angewandten Mehr-

wertsteuersatz enthalten (oder Angaben, die eine Mehrwertsteuerfreie Lieferung unterstützen, z.B. Export, Reverse Charge oder innergemeinschaftliche Lieferung). Im Gegensatz dazu sind die USA in Bezug auf Rechnungen viel weniger streng.

Mit einer Abrechnungsautomatisierungssoftware wie Nitrobox ist die Konfiguration von Rechnungsvorlagen für verschiedene Märkte ein einfacher Prozess. Dies ermöglicht Ihnen eine schnelle Expansion in neue Märkte und eine Rechnungsstellung, die mit Ihrem Expansions-tempo Schritt halten kann. Abgesehen davon, dass Sie wissen müssen, wie man Rechnungen richtig strukturiert und formatiert, gilt es noch das Thema der digitalen Rechnungen (E-Invoicing) zu berücksichtigen.



Your company logo
Your company name and address

Rechnung

Your company contact person's name
Your company contact's phone number
Your company contact's e-mail address
Your company website

Further company details like business hours,
office locations, international numbers, etc.

Your company's postal sender address

Client company name	Lieferdatum	(Delivery date)	DD.MM.YYYY
Client name	Auftragsdatum	(Order date)	DD.MM.YYYY
Client address	Seiten-Nr.	(Page number)	1
Client VAT # (if applicable)	Datum	(Invoice date)	DD.MM.YYYY
	Kunden-Nr.	(Client number)	XXXXXX
	Rechnung-Nr	(Invoice number)	Unique invoice number

Rechnungsdetails (invoice details)

Please find the breakdown of services provided during the period of DD.MM.YYYY - DD.MM.YYYY

Artikelnummer	Beschreibung	Anzahl	Preis pro Einheit	USt. [%]	Gesamtbetrag
XXXXXXX	Sales Consulting Pipeline Analysis Reporting	40 Hours	100,00 EUR	---	4.000,00 EUR
	↑ Product or service description	↑ Number of items, like hours, pages, words, etc.	↑ Price per item, like per hour, per page, per word, etc.	↑ VAT charge such as none, 7% or 19%	↑ Total charge
	↑ You must assign a unique item number to each service or product you offer				

Add unique tax schemes like reverse charge, if applicable
Die Berechnung der Leistungen erfolgt als Reverse Charge
(Steuerschuldnerschaft des Leistungsempfängers).
Ihre VAT/ UID-Nr.: xxxxxxxxxxxx

USt.: 00.00 EUR

Add your terms of payment
Zahlungsbedingungen: 30 Tage

Netto: 4.000,00 EUR

Add information about agreed discounts
2% Skonto bei Zahlung innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungseingang

Gesamt: 4.000,00 EUR

Add payment details/ method like bank transfer, direct debit, Paypal, etc.
Bitte überweisen Sie den fälligen Betrag auf das unten genannte Konto.

If applicable, add confirmation, if an invoice has already been paid.
Der Betrag wurde bereits dankend am DD.MM.JJJJ per Überweisung erhalten.

Your company name
Your managing directors

Your company's VAT ID
Your company's tax ID
Your company's commercial register number
Your company's registry court

Your company's bank name
Your company's IBAN number
Your company's BIC code

BEISPIEL 1: DEUTSCHE STANDARD-RECHNUNG

Die Anforderungen an die Rechnungsstellung in Deutschland sind sehr streng. Daher können und werden Rechnungen in B2B-Beziehungen dort oft zur Korrektur zurückgeschickt. Am besten ist es, Rechnungen gleich beim ersten Mal korrekt auszustellen.

Disclaimer: Dies ist keine Rechtsberatung oder Beratung zur Einhaltung von Vorschriften. Bitte stellen Sie Ihre eigenen Untersuchungen an, um Ihre Rechnungen korrekt zu erstellen.

AUTOMATISIERTE ABRECHNUNG



Your company logo

Your company name
Your company address
Your contact e-mail
Your company website

Invoice

Customer name

Customer address line 1
Customer address line 2
Customer address line 3
Postcode

FAO:

(to whom the invoice is addressed)

PO number:

(Purchase order number)

Invoice date:

DD.MM.YYYY

Invoice number:

xxxxxxx

Details	Quantity	Unit Price	Amount
Sales consulting	40 hours	100.00 GBP	4.000,00 GBP
Invoice total			4.000,00 GBP

Payment details like accepting credit card payments, bank transfers, using paypal, wise, etc.

Also, information about agreed discounts or additional needed info to explain the invoice

Your company name
Your company address
Your company phone number
Your company e-mail address
Your company website

Bank details:
Your company bank's name
Your company account name
Your company sort code
your company account number

Payment Terms:
Net 30

Further company details like business hours, other office locations, international numbers, other e-mail addresses, etc.

BEISPIEL 1: UK STANDARD-RECHNUNG

Die Rechnungsanforderungen in UK sind deutlich geringer und beschränken sich auf ein Minimum. Doch gibt es je nach Branche erhebliche Unterschiede. So haben z.B. Unternehmen im Bereich Versicherung oder Gesundheitswesen erhebliche Anforderungen bei der Rechnungsgestaltung zu berücksichtigen.

Disclaimer: Dies ist keine Rechtsberatung oder Beratung zur Einhaltung von Vorschriften. Bitte stellen Sie Ihre eigenen Untersuchungen an, um Ihre Rechnungen korrekt zu erstellen.

AUTOMATISIERTE ABRECHNUNG



E-INVOICING COMPLIANCE

SCHLÜSSELFRAGE

Wie können wir die kontinuierliche Einhaltung der E-Invoicing-Vorschriften sicherstellen, wenn wir in neue Märkte expandieren?



In vielen Ländern gibt es spezifische Compliance-Anforderungen, deren Nichteinhaltung erhebliche wirtschaftliche Konsequenzen nach sich ziehen kann.

Nehmen wir zum Beispiel die Anforderungen an die Rechnungsstellung in Portugal. Portugal verlangt von allen Unternehmen, dass sie ihren Kunden Rechnungen über eine zertifizierte Fakturierungssoftware ausstellen, während die britische Initiative „Making Tax Digital“ (MTD) bedeutet, dass Unternehmen digitale Aufzeichnungen führen und eine Software zur Abgabe ihrer Umsatzsteuererklärungen verwenden müssen. Wenn Sie gegen die MTD-Anforderungen verstoßen, kann Ihr Unternehmen mit einer Geldstrafe in Höhe von 100% der fälligen Umsatzsteuer belegt werden. Daher sollte Ihr Unternehmen einen Plan haben, um die laufende Einhaltung der Vorschriften sicherzustellen.

“ Viele Länder haben spezifische Compliance-Anforderungen an das E-Invoicing, deren Nichteinhaltung beträchtliche geschäftliche Konsequenzen nach sich ziehen kann. “

Doch das ist noch nicht alles. Einige Länder (z.B. Italien) haben kontinuierliche Transaktionskontrollen eingeführt. Diese Vorschriften verlangen, dass alle in Italien ansässigen Unternehmen ihre Rechnungen zunächst an die staatliche Behörde schicken, bevor sie sie an ihre Kunden weiterleiten.

Die Ausstellung von Rechnungen an Ihre Kunden ist nur ein Teil des Ganzen. Sie müssen elektronische Rechnungen auch an die jeweils zuständige Steuerbehörde senden. Lassen Sie uns ansehen, welche Anforderungen die verschiedenen Länder an die Rechnungsstellung von Unternehmen stellen.



ITALIEN

Traditionell mussten Unternehmen die italienischen Steuergesetze nur dann einhalten, wenn sie eine Betriebsstätte in Italien hatten, z.B. ein Geschäft. Jüngste Gesetzesänderungen besagen jedoch, dass "eine Betriebsstätte im Falle einer erheblichen und kontinuierlichen wirtschaftlichen Präsenz auf dem Staatsgebiet als gegeben angesehen wird, auch wenn sie keine physische Präsenz im Lande hat".

Umsatzsteuerregistrierte Unternehmen mit einer Betriebsstätte müssen nun grenzüberschreitende Rechnungen über das Sistema di Interscambio (Sdi) am Ort der Ausstellung einreichen. Dadurch wird sichergestellt, dass die italienischen Steuerbehörden die steuerpflichtigen Umsätze in Echtzeit überprüfen können. Wenn Unternehmen es versäumen, Rechnungen über das Sdi-System einzureichen, müssen sie mit Geldbußen in Höhe von 90% bis 180% der geschuldeten Umsatzsteuer rechnen.

PORTUGAL

In Portugal müssen derzeit alle großen Unternehmen, die mit öffentlichen portugiesischen Einrichtungen (z.B. Regierungsorganisationen) Geschäfte machen, elektronische Rechnungen an eSPap, die für die Annahme elektronischer Rechnungen zuständige Stelle, übermitteln. Ab dem 31. Dezember 2022 werden jedoch auch Unternehmen aller Größenordnungen dazu verpflichtet sein. Die Rechnungen müssen den entsprechenden QR-Code enthalten und ab dem 31. Dezember 2022 auch eine digitale Signatur aufweisen, damit sie gültig sind.

Bei elektronischen B2B-Rechnungen müssen Unternehmen das portugiesische Finanzamt vor dem Versand einer Rechnung benachrichtigen. Diese Information sollte die Rechnungsnummer, die Klassifizierung der Dokumentenart (gemäß der portugiesischen SAF-T-Codierung) und das Startdatum der ersten Rechnungsstellung der Serie enthalten. Daraufhin wird der Serie ein 8-stelliger Dokumentencode (ATCUD) zugeteilt, der auf allen Rechnungen anzugeben ist, die Unternehmen dann über eSPap einreichen müssen.

//

In Italien gilt eine Betriebsstätte als gegeben, wenn sie eine bedeutende und kontinuierliche wirtschaftliche Präsenz auf dem Staatsgebiet hat, auch wenn sie keine physische Präsenz im Lande besitzt.

//

DEUTSCHLAND

Deutschland schreibt bereits die elektronische Rechnungsstellung zwischen Unternehmen und Behörden (B2G) vor. Die neue Koalition kündigte kürzlich an, dass sie in naher Zukunft die elektronische Rechnungsstellung zwischen Unternehmen (B2B) verbindlich einführen will. Die Regierung hofft, auf diese Weise den Steuerbetrug zu verringern und die Verwaltungseffizienz zu verbessern.

VEREINIGTES KÖNIGREICH

Auch in UK müssen Unternehmen, die mit öffentlichen Einrichtungen zu tun haben, ein elektronisches Rechnungssystem verwenden. Allerdings sieht das Programm "Making Tax Digital" (MTD) vor, dass Unternehmen ihre Umsatzsteueraufzeichnungen in digitalen Archiven aufbewahren und online über das Regierungportal einreichen.

FRANKREICH

Wie Portugal, Deutschland und UK schreibt auch Frankreich die elektronische Rechnungsstellung im B2G-Bereich über die Chorus-Pro-Plattform vor. Frankreich war sogar eines der ersten Länder, das das System bereits 2017 eingeführt hat. Die französische Regierung hat angekündigt, dass sie die elektronische Rechnungsstellung für alle Unternehmen ab dem 1. Juli 2024 verbindlich einführen wird.

BESTEuerung

SCHLÜSSELFRAGE

Wie erfüllt mein Unternehmen die Steuervorschriften für Land X, Y und Z?



Das Thema Steuern kann für Ihr Unternehmen sehr aufwändig werden - vor allem, wenn Sie versuchen, sich in der Vielzahl neuer Vorschriften zurechtzufinden. Jedes Land hat seine eigenen Steuervorschriften und Steuerregelungen. Leider ist Unwissenheit keine Entschuldigung. Wenn Ihr Unternehmen gegen die Steuergesetze eines Landes verstößt, muss es mit empfindlichen Konsequenzen rechnen - und Sie verschwenden wertvolle Zeit und Energie, diese Probleme mit dem Finanzamt zu klären. Informieren Sie sich über die steuerlichen Verpflichtungen Ihres Unternehmens und bereiten Sie Ihre Finanzprozesse vor, bevor Sie einen neuen Markt erschließen. Das ist ein absolutes Muss.

UNTERSCHIEDLICHE STEUERSÄTZE

Jedes Land hat unterschiedliche Steuervorschriften und Steuersätze (d.h. was und wie viel besteuert wird). In diesem Abschnitt werden wir eine Reihe von Steuervorschriften und Steuersätze erläutern, um die potenzielle Komplexität der Rechnungsstellung auch innerhalb einzelner Märkte zu verdeutlichen. Um es gleich vorweg zu nehmen: Die Umsatzsteuer in den einzelnen Ländern variiert stark. In Deutschland beträgt der Umsatzsteuersatz 19%, in Frankreich 20% und in Italien 22%. Auf den Bermudas, in Kuwait und Katar gibt es weder eine Umsatzsteuer noch eine Verkaufssteuer. In Australien beträgt die Umsatzsteuer 10%, in China 13% und in Russland, dem Vereinigten Königreich und Armenien 20%. Es gibt also eine große Vielfalt. Obwohl die Eurozone eine gemeinsame Währung hat, gibt es keinen einheitlichen Steuersatz. Ab hier wird es noch komplexer: Die Steuersätze variieren manchmal zwischen den einzelnen Staaten oder Provinzen. Die Kanarischen Inseln haben zum Beispiel einen anderen Steuersatz als das spanische Festland.

Ein weiteres Beispiel sind die USA. Jeder Bundesstaat der USA hat seine eigenen Steuervorschriften und Steuersätze. Die Sales Tax (ähnlich der Umsatzsteuer) variiert innerhalb der einzelnen US-Bundesstaaten und reicht von 0% bis 7-9% je nach Bezirk oder Postleitzahl. In einigen Fällen gibt es sogar zwischen verschiedenen Straßen Unterschiede bei der Besteuerung. Die Steuersätze sind jedoch nicht immer an einen bestimmten Ort gebunden.

Sie werden auch durch die Art des Produkts, den Zeitpunkt des Kaufs, den Herkunfts- und den Bestimmungsort des Produkts bestimmt. Dies ist der Fall in Kanada, wo diese Variablen eine große Rolle spielen. Es gibt zum Beispiel die Provincial Sales Tax (PST), eine von den Provinzen erhobene Einzelhandelsumsatzsteuer, aber auch die Goods and Services Tax (GST)/Harmonized Sales Tax (HST), eine von der Bundesregierung erhobene Umsatzsteuer, die für die meisten in Kanada hergestellten Waren und Dienstleistungen gilt. Unternehmen müssen jedoch sehr genau hinschauen, da es für jede dieser Steuern auch Ausnahmen gibt. Die meisten Länder haben auch ermäßigte Steuersätze, die für bestimmte Waren und Dienstleistungen gelten. So gilt in Deutschland der ermäßigte Steuersatz von 7% für Bücher, kulturelle Dienstleistungen und einige Lebensmittel, während Puerto Rico eine Umsatzsteuer von 4% speziell für Dienstleistungen zwischen Unternehmen erhebt. Aber auch hier gibt es Ausnahmeregelungen.

Was Steuervorschriften und Steuersätze betrifft, ist nichts in Stein gemeißelt. Sie sind ständigen Änderungen unterworfen. Und das manchmal sogar sehr kurzfristig. Als beispielsweise das Zweite Corona-Steuerentlastungsgesetz in Deutschland im Jahr 2020 die Umsatzsteuer für sechs Monate von 19% auf 16% und von 7% auf 5% senkte, mussten die Unternehmen dies innerhalb weniger Wochen umsetzen.

AUTOMATISIERTE ABRECHNUNG



Internationale Steuerregelungen sind unglaublich komplex, so viel ist klar. Daher ist es umso wichtiger, dass sich Ihr Unternehmen die nötige Zeit nimmt, um die internationalen Steuervorschriften zu erfüllen, bevor es expandiert. Noch einfacher ist es, wenn Sie eine automatisierte Softwarelösung für die Rechnungsstellung einführen, mit der sich die aktuellen Steuervorschriften für jeden Markt und jedes Land mühelos konfigurieren lassen. Mit Nitrobox profitieren Nutzer von einem intelligenten Steuerregel-Manager, in dem sich die verschiedenen Steuerszenarien detailliert abbilden lassen und auch für welche Zeiträume sie gelten sollen. Darüber hinaus ermöglicht Nitrobox eine einfache Integration mit Tax Providern wie Avalara, was eine einfache, schnelle und effiziente Verwaltung und Einhaltung internationaler Steuervorschriften ermöglicht.

//

Die ideale Lösung, um die neuesten Steuervorschriften für jeden Markt zu erfüllen, ist die Implementierung eines All-in-One-Systems wie Nitrobox, um so die Abrechnung und Rechnungsstellung komfortabel zu automatisieren.

//

INTERNATIONALE STEUER-REGELUNGEN

Einige Länder haben internationale Steuerregelungen eingeführt, um die Besteuerung über die Grenzen hinweg zu "erleichtern". Doch paradoxerweise verkompliziert das die Dinge häufig noch mehr. Nehmen wir den One Stop Shop (OSS) der Europäischen Union, der eingeführt wurde, um die Steuererklärungen für die in der Eurozone tätigen EU-Mitgliedstaaten zu vereinfachen. Das OSS verlangt von Unternehmen, dass sie die Umsatzsteuer nach dem Steuersatz des Mitgliedstaates abführen, in dem ihre Waren/Dienstleistungen geliefert/ erbracht wurden. Darüber hinaus bedeutet der Import One Stop Shop (IOSS), dass ausländische Unternehmen, die

Waren an in der EU ansässige Verbraucher verkaufen, die Umsatzsteuer von den Käufern bei der Zahlung einziehen können, bevor sie diese dann bei der Einreichung ihrer monatlichen IOSS-Erklärungen an die zuständige Behörde abführen.

Unternehmen müssen möglicherweise auch das Reverse-Charge-System berücksichtigen, eine Sonderregelung bei der Umsatzsteuer, bei der der Leistungsempfänger (Kunde) und nicht der leistende Unternehmer die Umsatzsteuer entrichten muss.

Die internationalen Steuersysteme sind nicht nur unendlich komplex, sondern sie verändern sich zudem auch laufend. Daher ist es elementar wichtig, dass Ihr Unternehmen mit diesen Veränderungen Schritt halten kann. Ansonsten besteht die Gefahr, dass Sie bei Nichteinhaltung einen hohen Preis in Form von Geldstrafen zahlen müssen.

LÄNDERSPEZIFISCHE ARCHIVIERUNG

Jedes Land hat seine ganz eigenen Vorschriften darüber, wie lange Unternehmen ihre Rechnungen aufbewahren müssen. In Deutschland müssen Unternehmen beispielsweise ihre Rechnungsunterlagen zehn Jahre lang aufbewahren, im Vereinigten Königreich hingegen nur sechs Jahre.

Auch hier sind hochautomatisierte Abrechnungssysteme wie Nitrobox eine smarte Lösung, da Unternehmen darüber ihre Dokumente in einem rechtskonformen Dokumentenarchiv aufbewahren können. Mit der Nitrobox Plattform können Unternehmen Dokumente rechtskonform für mehr als 70 Länder in einem zertifizierten digitalen Archiv speichern. Es bietet zertifizierte Unveränderbarkeit und webbasierten Zugang für Auditoren und Rechnungsprüfer und ist damit ideal für die langfristige Aufbewahrung von Rechnungsdokumenten.

LÄNDERSPEZIFISCHES MAHNWESEN

Unabhängig davon, wie gut Ihre Produkte oder Dienstleistungen auch sein mögen - einige Ihrer Rechnungen werden mit großer Wahrscheinlichkeit nach Ablauf der Fälligkeit unbezahlt bleiben. Wenn das für eine Vielzahl von Rechnungen eintritt, kann es die Liquidität gefährden, was - je nach Größe des Unternehmens - zu einer realen Bedrohung werden kann.

So warten im Vereinigten Königreich derzeit 58% der KUMs und 94% der mittelständischen Unternehmen auf verspätete Zahlung offener Rechnungen. In Italien belaufen sich die verspäteten Zahlungen auf 56% des Gesamtwerts der B2B-Rechnungen des Landes, während nur 40% aller Unternehmen in der Eurozone angeben, dass sie pünktlich bezahlt werden. Daher sollten Sie die Lokalisierung des Mahnwesens bei der Expansion in neue Märkte für Ihr Unternehmen unbedingt berücksichtigen.

//

Durch die Digitalisierung hat sich das Mahnwesen zu einem unglaublichen Wachstumsbereich entwickelt. Die Interpretation der Zahlungsgewohnheiten und -moral von Kunden anhand von Kommunikations- und Finanzdaten bietet ein großes Potenzial.

//

Der erste Schritt besteht darin, die Sprache an den Zielmarkt anzupassen. Es hat wenig Sinn, dass Sie eine gut durchdachte Reihe von Mahnungen verschicken, wenn Sie dabei eine Sprache verwenden, die Ihre Kunden im Zweifelsfall nicht verstehen. Und selbst wenn sie es tun, wird es ihnen wahrscheinlich nicht gefallen.

Zudem sollten Sie länderspezifische Kommunikationsgewohnheiten berücksichtigen. In Brasilien beispielsweise nutzen 98,9% der Mobilfunknutzer WhatsApp, was es zu einem hervorragenden Kanal für die Kundenkommunikation macht. In Australien hingegen liegt diese Zahl bei nur 32,9%.

Abgesehen von den Sprachen und Kanälen, die Ihr Unternehmen verwendet, lohnt es sich, die Kommunikationspräferenzen und -normen der einzelnen Märkte genauer zu untersuchen. So neigen in Deutschland die meisten Unternehmen dazu, eine direkte, auf den Punkt gebrachte Sprache zu verwenden.

In Japan hingegen ist die Kommunikation in der Regel viel subtiler und nuancierter. Der Tonfall bei der Ansprache japanischer Kunden würde sich stark von dem deutscher Kunden unterscheiden. Daher sollten Sie Ihre Zahlungserinnerungen und Mahnungen von der Ansprache her an die länderspezifischen Gegebenheiten anpassen.



WICHTIGE ERKENNTNISSE

- Als international agierendes Unternehmen ist es eine enorme Aufgabe, die Vielzahl unterschiedlicher Regeln und Vorschriften zu verwalten
- Die manuelle Einhaltung dieser Regeln und Vorschriften ist unglaublich ineffizient
- Für skalierende Unternehmen empfiehlt sich der Einsatz einer automatisierten Abrechnungssoftware wie Nitrobox. Damit wird die Konfiguration der lokalisierten Rechnungen, Steuerregeln, Sprachen und Währungen für jeden Markt und damit verbundener Regulierungen einfach, übersichtlich und transparent

AUTOMATISIERTE ABRECHNUNG



3 SMARTES ZAHLUNGSMANAGEMENT



SCHLÜSSELFRAGEN

- Wie können wir unseren Kunden das Bezahlen so einfach wie möglich machen, und das in jedem Markt?
- Wie können wir verschiedene Zahlungsanbieter in verschiedenen
- Märkten verwalten?



Nachdem Ihr Unternehmen Kunden gewinnen und Rechnungen stellen kann, geht es im nächsten Schritt um den Aufbau des Zahlungsmanagements. Wie auch beim Thema Abrechnung hat jedes Land und jeder Markt unzählige unterschiedliche Zahlungspräferenzen und Zahlungspraktiken. Bei digitalen Geschäftsmodellen kann dies von Kreditkarte, Lastschriftverfahren, Banküberweisung bis hin zu mobilen Payments, „Kaufe jetzt und zahle später“-Optionen (BNPL) oder Ratenzahlung reichen.

Daher ist es wichtig, dass sich Ihr Unternehmen den jeweiligen Markt genau ansieht und prüft, welche Bezahlmethoden vor Ort erwartet werden, welche am beliebtesten sind und welche sogar einen Wettbewerbsvorteil darstellen könnten.

Im Anschluss können Sie festlegen, mit welchen Zahlungsanbietern Sie für das jeweilige Land zusammenarbeiten möchten, um Zahlungen in den entsprechenden Währungen oder sogar in Kryptowährung zu akzeptieren.

Diese Vielfalt an Zahlungsoptionen und Zahlungsdienstleistern erfordert eine Menge Arbeit und ist manuell kaum zu bewältigen. Ein wichtiger Schritt bei der Verwaltung von Zahlungen auf internationaler Ebene besteht darin, zu wissen, wie man eine Strategie für das Zahlungsmanagement entwickelt, die den Erfolg der Zahlungen maximiert. Funktioniert PayPal besser als Klarna? Funktioniert BNPL besser als das Lastschriftverfahren?

ZAHLUNGSMANAGEMENT



//

Jedes Land und jeder Markt hat unzählige unterschiedliche Zahlungspräferenzen und Praktiken, die Sie berücksichtigen sollten, um erfolgreich zu sein.

//

Auch hier ist es wichtig, dass Sie Ihren neuen Markt genau verstehen und sich an ihn anpassen - und nicht umgekehrt. Darüber hinaus ist es wichtig, diesen Pool an Bezahlmethoden und Zahlungsdienstleistern mit Ihren Buchhaltungs- und Finanzsystemen zu verbinden. Wie funktioniert Ihr System? Arbeitet jeder Markt auf einer Nebenbuchhaltungsebene, die der Hauptbuchhaltung unterstellt ist? Ihre Finanz- und Buchhaltungssysteme sollten einfach zu handhaben sein. Es sollte zudem unkompliziert sein, verschiedene Zahlungsmethoden und verschiedene Anbieter für jeden Markt zu konfigurieren, und, was noch wichtiger ist, eine Vielzahl von Optionen für jeden Markt anzubieten.

Als international wachsendes Unternehmen müssen Sie zudem bestehende Zahlungsdienstleister und Payment-Gateways nahtlos integrieren und die beliebtesten digitalen Zahlungsoptionen Ihrer Kunden in einer einzigen Payment-Management-Lösung zusammenführen können. So lassen sich beispielsweise verschiedenste Payment Provider schnell und einfach in die Nitrobox Plattform integrieren und ermöglichen so eine stressfreie internationale Monetarisierung. Mit einer Software-Lösung wie Nitrobox ist Ihr Unternehmen in der Lage, Zahlungen aus mehreren internationalen Märkten automatisch zu empfangen, anzustoßen oder zu erstatten, und zwar aus einer Single-Source-of-Truth.



WICHTIGE ERKENNTNISSE

- Es ist ein Muss, das Zahlungssystem des jeweiligen Marktes zu verstehen
- Eine Vielzahl von Zahlungsoptionen anzubieten ist gut, aber die richtigen Zahlungsdienstleister und -optionen anzubieten ist besser
- Der Einsatz einer Abrechnungssoftware mit einer hochautomatisierten Payment-Management-Plattform wie Nitrobox erspart Ihnen viel Zeit und Nerven

4 INTERNATIONALE BUCHHALTUNG



SCHLÜSSELFRAGEN

- Was müssen wir als international agierendes Unternehmen über das Debitoren-Management und die Rechnungslegung für globale Märkte wissen?
- Wie können wir verschiedene Währungen, Währungsschwankungen und Wechselkurse managen?
- Wie können wir als internationales Unternehmen Finanzreports segmentieren?



Sobald Ihr Unternehmen Zahlungen über das neue digitale Geschäftsmodell erhalten hat, müssen Sie sich um die Buchhaltung und das Reporting kümmern. Es ist aufregend, den Schritt in die internationale Expansion zu wagen. Allerdings ist es keine gute Idee, sich zurücklehnen und die Finanzprozesse so zu belassen, wie sie sind.

In diesem Schritt geht es darum, dass Sie sicherstellen, dass Ihr Unternehmen die Einnahmen aus den neuen Märkten korrekt verbuchen kann. Insbesondere müssen Sie sich auf zwei große Hürden der internationalen Buchhaltung konzentrieren: die Buchhaltung in mehreren Währungen und die Segmentierung von Finanzreports.



MULTI-WÄHRUNGSBUCHHALTUNG

//

Ohne Software ist eine Buchhaltung in mehreren Währungen sehr aufwändig, unübersichtlich und kompliziert.

//

Für global agierende Unternehmen war es schon immer aufwändig, Umsätze aus verschiedenen Märkten korrekt auszuweisen, wenn eine Vielzahl von Währungen und damit verbundene Währungsschwankungen im Spiel sind. So unterscheiden sich die Währungen der Rechnungsbelege von der Währung des Hauptbuchs und zusätzlich kommen noch Wechselkurse hinzu. So kann sich die Bewertung einer Transaktion im Laufe der Zeit ändern, wenn der Wechselkurs schwankt.

Stellen Sie sich vor, ein deutsches Unternehmen, dessen Hauptbuch in Euro geführt wird, verkauft einen Artikel an einen Kunden in den USA für 100 US-Dollar. Als die Rechnung erstellt wurde, entsprachen 100 US-Dollar 95 Euro. Wenn der Kunde jedoch zwei Monate später zahlt, entsprechen dieselben 100 US-Dollar aufgrund von Wechselkursschwankungen nur noch 92 Euro. Das Unternehmen hat ohne eigenes Verschulden drei Euro verloren, die es als Währungsverlust bei der Fremdwährungsbuchung verbuchen muss.

Das genannte Szenario ist natürlich ein Problem, aber es bedeutet nicht, dass Unternehmen aufhören sollten, ihren Kunden Rechnungen in verschiedenen Währungen zu stellen - ganz im Gegenteil. Ein internationaler Ansatz (mit Fakturierung und Rechnungsstellung in verschiedenen Sprachen und Währungen) ist ein großer Wettbewerbsvorteil. Glücklicherweise kann Ihnen Software bei der Handhabung und Buchung der damit verbundenen Währungsschwankungen helfen. So geht's.

BEWERTUNG VON POSITIONEN & VERBUCHUNG VON WÄHRUNGS-SCHWANKUNGEN

Natürlich muss Ihr Unternehmen seine Fremdwährungspositionen in seiner Basiswährung bewerten.

Im genannten Beispiel muss das Unternehmen die US-Dollar, die es von US-Kunden erhält, in Euro ausweisen. Deshalb sollten Sie sich nach einer Abrechnungslösung wie Nitrobox umsehen, die Fremdwährungsbuchungen automatisch in Ihrer Hauptbuchwährung bewerten kann.

Wenn Ihre Basiswährung beispielsweise Euro ist, kann ein solches Abrechnungssystem alle anderen Währungen, die Ihr Unternehmen erhält (ob US- oder Australische Dollar, Britische Pfund, Schweizer Franken oder Japanische Yen), sofort in Euro umrechnen, ohne dass Sie etwas dafür tun müssen.

DIE VERWALTUNG VON WECHSELKURSEN

Der nächste Punkt im Zusammenhang mit der Multiwährungsbuchhaltung ist die Währungsumrechnung. Mit Hilfe von Umrechnungskursen kann Ihr Unternehmen seine Fremdwährungspositionen für Buchhaltungszwecke bewerten und gleichzeitig sicherstellen, dass es mit etwaigen Währungsschwankungen angemessen umgehen kann. Glücklicherweise müssen Sie kein Devisenexperte werden. Sie brauchen nur eine Möglichkeit, die Wechselkurse effizient zu managen und zu überwachen.

Die Variante, einen Google-Browser mit Forex geöffnet zu lassen, während man das Hauptbuch manuell aktualisiert, ist eine Qual. Da ist die Nutzung einer speziellen Software die deutlich bessere Wahl. Recherchieren Sie daher, welche Software Ihre Buchhaltungsanforderungen am besten löst.

In der internationalen Buchhaltung kommen eine Vielzahl von Herausforderungen zusammen. Smarte Abrechnungs- und Monetarisierungs-Plattformen wie Nitrobox können Ihrem Unternehmen dabei helfen, sie zu meistern. So kann Nitrobox beispielsweise dank datengetriebener Buchungsregeln, die individuell hinterlegt werden können, alle Geschäftsvorfälle hoch automatisiert verbuchen und in einem G/L-Report zusammenfassen, der dann ins Hauptbuch Ihres Unternehmens überführt werden kann.

DIE SEGMENTIERUNG VON FINANZBERICHTEN NACH LÄNDERN ODER MÄRKTEN

Abschließend sollte Ihr Unternehmen das Finanzreporting für Compliance- und Steuerzwecke segmentieren und angeben können, in welcher Währung und in welchen Ländern die Verkäufe getätigt wurden. Doch wie auch viele der bereits angesprochenen Themen kann auch die Segmentierung von Finanzberichten zu einem langwierigen, unübersichtlichen Prozess werden, wenn Sie es mit mehreren internationalen Märkten gleichzeitig zu tun haben und dies ohne ein spezielles Tool oder Automatisierung tun.

Wenn Sie sich mit mehreren globalen Märkten auseinandersetzen müssen, reicht es nicht fleißig zu sein. Sie müssen stattdessen clever arbeiten.

Eine Abrechnungssoftware wie Nitrobox kann Ihrem Unternehmen dabei helfen, flexible Berichte zu erstellen, die mit einer bestimmten Währung oder einem bestimmten Markt verknüpft werden können.

Ein einfaches Beispiel: Ein verbrauchsabhängiger E-Charging-Service in England gehört zu einem anderen Markt als der in Deutschland, und es sollte einfach sein, über diese Unterschiede zu berichten.



WICHTIGE ERKENNTNISSE

- Suchen Sie bei der Bewertung von Fremdwährungspositionen nach einer Software, die Buchungen in anderen Währungen automatisch bewerten kann. Manche Systeme, z.B. Nitrobox, können sogar zugehörige Buchungen ausziffern, sobald eine offene Position (OPOS) ausgeglichen ist.
- Verwenden Sie ein geeignetes Buchhaltungstool oder eine Abrechnungsplattform, um Devisen zu verwalten. Nitrobox bietet dabei die Möglichkeit, Wechselkurse via API in die Plattform zu übertragen, stellt aber auch Wechselkursdaten aus implementierten Quellen zur Verfügung.
- Nutzen Sie eine Software wie Nitrobox, die dank datengetriebener Buchungsregeln, die individuell hinterlegt werden können, alle Geschäftsvorfälle hoch automatisiert verbucht und in einem G/L-Report zusammenfasst, der dann ins Hauptbuch Ihres Unternehmens überführt werden kann.
- Wählen Sie ein geeignetes Tool zur Segmentierung Ihrer Finanzberichte. Und nein, Excel zählt nicht :-)

5 STARTEN SIE JETZT DURCH!

Auch wenn der Schritt in die globale Expansion ein großer ist, so wird mit diesem Playbook deutlich, dass internationale Abrechnung und Monetarisierung mit Hilfe von Digitalisierung und smarten Technologien sehr gut realisierbar sind. Mit einem passenden Software-Partner wie Nitrobox ist es sogar unkompliziert und stressfrei. Denn dank des hohen Automatisierungsgrads kann Ihr Unternehmen schnell agieren, manuelle Prozesse ersetzen, Fehler vermeiden und sich im Handumdrehen an neue Gegebenheiten anpassen.

Ein internationales Unternehmen zu werden, ist heutzutage einfacher als je zuvor. Jetzt ist die richtige Zeit, diese Möglichkeiten auch für Ihr Unternehmen zu nutzen und voll auszuschöpfen. Suchen Sie sich einen Technologie-Partner, der Sie bei diesem wichtigen Schritt unterstützt und Ihre globale Abrechnungs- und Monetarisierungs-Infrastruktur an einem zentralen Ort zusammenführt.

Nitrobox steht für eine Welt, in der Unternehmen global wachsen können, ohne sich um die Komplexität der Monetarisierung Gedanken machen zu müssen. Wir helfen Ihnen dabei, das Potenzial Ihres Unternehmens durch Technologie auszuschöpfen, damit Sie Ihr globales Geschäft mit Leichtigkeit aufbauen und neue Märkte erfolgreich erschließen können. Skalieren Sie Ihr Geschäft mit Abonnements, Pay-per-Use und orderbasierten Geschäftsmodellen durch smarte Automatisierung von Abrechnung, Rechnungsstellung, Debitoren- und Zahlungsmanagement auf einer zentralen Abrechnungsplattform.

JETZT NITROBOX 30 TAGE KOSTENLOS TESTEN!

Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, wie Nitrobox ein wichtiger Bestandteil Ihres neuen Abrechnungssystems werden kann, vereinbaren Sie eine [persönliche Demo](#) mit einem unserer Monetarisierungsexperten.

Oder holen Sie sich die kostenlose [30-tägige Nitrobox Testversion](#) und probieren Sie aus, wie einfach es sein kann, die Abrechnung komplexer internationaler Geschäftsmodelle mit Nitrobox zu automatisieren und global zu skalieren.



ÜBER NITROBOX

Nitrobox ist eine innovative SaaS-Lösung, die es Unternehmen ermöglicht, ihre Revenue-Prozesse zu automatisieren und intelligente Abrechnungs- und Preismodelle zu verwalten, wie z. B. Abonnements, Pay-per-Use, digitale Einmaltransaktionen oder beliebige Hybridmodelle.

Nitrobox bietet alle Order-to-Cash-Funktionen in einer zentralen Plattform, von smartem Vertragsmanagement, über automatisierte Abrechnung und Rechnungsstellung und Umsatzrealisierung bis hin zu Zahlungen und Mahnwesen.

Von Deutschland aus operiert Nitrobox auf globaler Ebene und arbeitet für Kunden in mehr als 80 Ländern, um ihnen Umsatzwachstum bei gleichzeitiger Kostensenkung zu ermöglichen sowie den Customer Lifetime Value zu erhöhen, indem eine reibungslose Abrechnung und Zahlungserfahrung sichergestellt wird.

Mehr über Nitrobox erfahren: www.nitrobox.com