

Suche und Auswahl eines Vertriebspartners im Ausland Die entscheidenden Faktoren

Für welche Möglichkeit sich das exportierende Unternehmen auch entscheidet, um seine Präsenz im Ausland zu sichern: die Qualität des Agenten, des Vertreters, des Importeurs oder des Distributors ist der entscheidende Faktor für den Erfolg einer Vertriebsstrategie im Ausland. Oder für dessen Scheitern.

Die Erfahrung zeigt, dass **bei der Suche und der Auswahl des Vertriebspartners einige Faktoren nicht berücksichtigt werden, zugunsten einer schnellen Lösung.** Exportierende Unternehmen investieren in der Regel Zeit, um eine Vertriebsstrategie zu entwickeln, die den Markteintritt erlaubt oder die Geschäftsentwicklung sichert. Allerdings werden den Öfteren entscheidende Faktoren nicht berücksichtigt. Das trifft zum Beispiel auf die interkulturellen Fähigkeiten des Partners zu, sowie auf seine Fähigkeit, nicht nur als erfolgreicher Verkäufer, sondern auch als (Ver-)Mittler zwischen zwei Organisationen, der des Kunden und der des exportierenden Unternehmens zu wirken.

Die klassischen Auswahlkriterien für einen Vertriebspartner sind die **Marktkenntnisse** (Struktur, Produkte, Entwicklung...), die **Kenntnisse der Marktakteure** (User, Kunden, Wettbewerber,...) und natürlich die **vertriebliche Qualitäten** (Verhandlungsgeschick, Abschlussicherheit, Organisationstalent,...) der in Frage kommenden Person oder Firma. Auch die proaktive Vorgehensweise, die Selbstmotivation und die Kreativität, in einem Wort das **Unternehmertum** des Partners spielen eine wichtige Rolle. Jedes exportierende Unternehmen wird also großen Wert auf maximale Qualität bei diesen Kriterien legen.

Wie oben angeführt dürfen aber **anderen Kriterien** nicht beiseite gelassen werden, die genauso **entscheidend für den Erfolg des Exportgeschäfts** sind.

Es ist entscheidend, mit einem Partner zu arbeiten, der als Mittler zwischen zwei Unternehmenskulturen fungieren kann. Der Partner muss in der Lage sein, die Funktionsweisen jedes Kunden sowie die des exportierenden Unternehmens zu verstehen. Neben den notwendigen Sprachkenntnissen, die ihm eine **reibungslose Kommunikation** erlauben, muss der Partner die Unterschiede in Rhythmus, Mentalität, Managementstil, Struktur und Prozesse aller am Exportgeschäft beteiligten Unternehmen kennen.

Diese Fähigkeit, den Anderen zu verstehen, wird viel zu oft unterschätzt oder erst gar nicht berücksichtigt. Hier muss man dann unter Umständen mit einem Vertriebspartner umgehen, der nur die eine oder die andere Kultur kennt. In diesen Fällen hat man es zum Beispiel mit einem Partner zu tun, der aufgrund seiner Unkenntnis der Kultur und Mentalität des von ihm zu vertretenden Unternehmens sich systematisch und undifferenziert auf die Seite des Kunden schlägt.

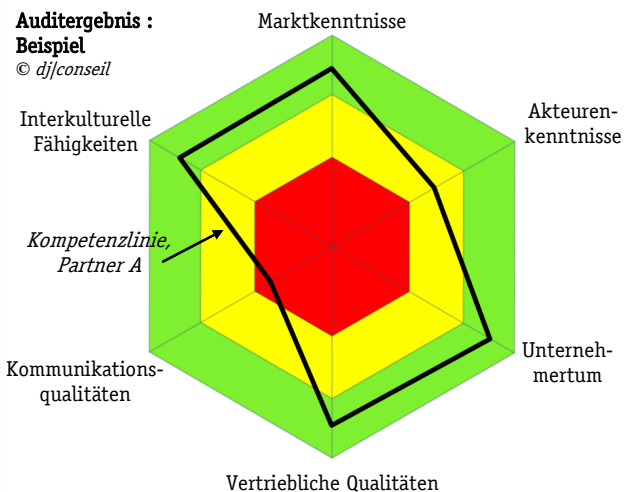
Jedes exportierende Unternehmen weiß jedoch, dass das **Exportgeschäft eine Beziehung** darstellt, bei der Lieferant und Kunde sehr oft **Kompromisse** eingehen müssen. Pro-

duktadaption oder Lieferprobleme sind nur zwei Beispiele für Themen, bei denen man sich verständigen muss und der Vertriebspartner eigentlich auch die **Rolle eines Vermittlers** und nicht nur die eines Vertreters im engsten Sinne des Wortes einnehmen muss.

Wenn der Vertriebspartner selbst ein Unternehmen ist, wie im Falle eines Importeurs oder Distributors, so gilt es zu verifizieren, dass nicht nur die Vertriebsmitarbeiter sondern auch die administrativen Kräfte in der Lage sein werden, eine internationale Geschäftsbeziehung (Bestellungen, Lieferungen, Geldströme) abzuwickeln. Zu oft werden hier die Vertriebsmitarbeiter in Administrationsthemen eingebunden, um den Preis ihrer Effizienz „im Feld“.

Bei der Suche und Auswahl eines Vertriebspartners im Ausland müssen also folgende Kriterien integriert werden: **Kenntnisse des Marktes und dessen Akteure, vertriebliche Qualitäten, Unternehmertum, Kommunikationsqualitäten und interkulturelle Fähigkeiten.**

dj|conseil unterstützt deutsche Unternehmen bei der Suche nach Vertriebspartnern in Frankreich. Dabei nutzen wir unser **Netzwerk** sowie **Prozesse und Methoden**, die in der Personalberatung (Executive Search) angewandt werden. Wir unterziehen jeden potentiellen Partner einem kompletten **Audit**.



Auch sind wir auf Anfrage bei der Gestaltung der Zusammenarbeitsvereinbarung mit Hilfe spezialisierter und zweisprachiger Juristen behilflich. Zudem können wir punktuell oder dauerhaft die Beziehungen zwischen exportierendem Unternehmen und seinem Vertriebspartner begleiten und moderieren.

© dj | conseil - Die deutsch-französische Beratung
 Denis Jeanson (v.i.S.d.P.)
 Rathochstrasse 85 - 81247 München
 Tel: + 49 89 81009686 - Mob: +49 152 24358317
www.djconseil.com - info@djconseil.com