



Arbeitshilfe: So wägen Sie zwischen direktem und indirektem Exportmarketing ab

Direkt oder indirekt – Was ist der beste Weg für Ihr Unternehmen?

Thematik	Direkter Export	Indirekter Export
Das zeichnet die Form des Exportmarketings aus.	▶ Sie verkaufen Ihre Ware direkt an den Kunden, z. B. über Niederlassungen in dem Land oder Messen als Plattform. ▶ Sie können sich beim Verkauf von Maklern oder Handelsvertretern unterstützen lassen. ▶ Der eigentliche Kaufvertrag wird von Ihnen mit Ihrem Kunden direkt verhandelt und abgeschlossen. ▶ Die Leistungen aus dem Kaufvertrag werden von den beiden Vertragsparteien Im- und Exporteur erbracht.	▶ Für Sie als Exporteur handelt es sich beim indirekten Export um ein reines Inlandsgeschäft. Sie führen keine direkten Verkäufe an ausländische Kunden in dem Land aus. ▶ Sie verkaufen Ihre Waren an einen Händler in Deutschland, der diese wiederum ins Ausland verkauft.
Checkliste: Dieses Exportmarketing passt zu Ihrem Unternehmen und Ihrem Produkt.	▶ Ihnen ist es wichtig mit Ihren Kunden direkt zu verhandeln. ▶ Wie und in welcher Form Ihr Produkt im Ausland vermarktet wird, möchten Sie selbst bestimmen. ▶ Sie sind mit der Exportabwicklung vertraut und Ihr Unternehmen besitzt bereits eine Auslandsabteilung. ▶ Ihnen steht ausreichend Fachpersonal für die Abwicklung der Auslandsaufträge zur Verfügung. ▶ Eventuelle notwendige Weiterbildung im Außenwirtschaftsbereich stellen für Sie kein Hindernis dar. ▶ Sie planen Ihre Produkte in dem Land längerfristig anzubieten. ▶ Sie bieten insbesondere Produkte an, die Sie als Einzel- oder Spezialanfertigungen an Ihre Kunden verkaufen wollen. ▶ Sie möchten Reklamationen selbst bearbeiten und damit die Kundenzufriedenheit sichern. ▶ Zusatzkosten (z. B. Exporthändler) möchten Sie einsparen. ▶ Ihnen ist es wichtig einen speziellen Kundenservice wie z. B. die Endmontage im Ausland anzubieten.	▶ Ihr Produktportfolio umfasst hauptsächlich Standard-Produkte. ▶ Sie planen Ihr Produkt nur einmalig oder aber in kleinen Mengen im jeweiligen Land abzusetzen. ▶ Ein direkter Kontakt zu Ihren Kunden ist für Sie nicht notwendig. ▶ Die Kosten für den Aufbau eines Vertriebsnetzes sind Ihnen zu hoch. ▶ Sie möchten von den Verbindungen Ihres Exporthändlers profitieren. ▶ Ihr Unternehmen besitzt keine Auslandsabteilung. ▶ Sie planen nicht, in nächster Zeit eine Exportabteilung einzurichten. ▶ Die komplizierte Auftragsabwicklung von Auslandsaufträgen soll nicht bei Ihnen stattfinden. ▶ Sie möchten eventuelle Auslandsrisiken ausschließen.





Direkt oder indirekt – Was ist der beste Weg für Ihr Unternehmen?

Thematik	Direkter Export	Indirekter Export
Profitieren Sie von diesen Vorteilen.	▶ Sie bestimmen das Exportmarketing direkt und wie Ihr Produkt im jeweiligen Land angeboten wird. ▶ Sie setzen sich mit den einzelnen Ländern genau auseinander und erhalten so ein detaillierteres Wissen über die Besonderheiten der einzelnen Länder. ▶ Sie sind immer in alle Aktivitäten eingebunden und sind in der Lage die Marktentwicklung besser zu beobachten und schneller darauf zu reagieren. ▶ Sie haben die direkte Nähe zu Ihrem Kunden und zum jeweiligen Absatzmarkt.	▶ Es bestehen für Sie keine Auslandsrisiken, da es sich um ein reines Inlandsgeschäft handelt. ▶ Länderspezifische Besonderheiten oder Einfuhrbestimmungen müssen Sie nicht kennen. ▶ Die Unternehmen, die den Export der Ware ins Ausland durchführen, sind mit den Anforderungen des jeweiligen Empfängerlandes vertraut. ▶ Es entstehen niedrigere Kosten, da Sie für die Exportabwicklung kein Fachpersonal vorhalten müssen.
Berücksichtigen Sie diese Nachteile.	▶ Auslandsrisiken verbleiben bei Ihnen. ▶ Bei Fakturierung in fremder Währung – Wechselkursrisiko. ▶ Für Ihre Aufträge sind die jeweiligen Im- und Exportbestimmungen zu berücksichtigen. ▶ Der Aufwand für die Geschäftsanbahnung, das Marketing und die gesamte Exportabwicklung liegt bei Ihnen als Experteur. ▶ Für die anfallenden Arbeiten muss genügend Fachpersonal zur Verfügung stehen.	▶ Keine Einsicht in den jeweiligen Absatzmarkt. ▶ Wie Ihre Ware angeboten oder verkauft wird, kann nicht bzw. nur im geringen Maße von Ihnen beeinflusst werden. ▶ Es kann sich eine Abhängigkeit zu der für den Verkauf verantwortlichen Firma entwickeln. ▶ Der Preis für Ihre Ware im Empfängerland kann höher ausfallen (Marge für den Händler). Damit kann das Produkt im Vergleich zum Wettbewerb eventuell nicht so günstig angeboten werden. ▶ Ihr Gewinn wird geringer ausfallen, da sich der Exporthändler seine Risiken bezahlen lässt.

