

Inhaltsverzeichnis

1	Besonderheiten internationaler Märkte	1
	Literatur	4
2	Definitionen und Abgrenzungsmerkmale: Marketing – Vertrieb bzw. Distribution – Verkauf	5
	Literatur	7
3	Voraussetzungen und Entscheidungskriterien für die Expansion in Auslandsmärkte	9
3.1	Unternehmerische Beweggründe für die internationale Expansion	9
3.2	Zielsetzungen der angestrebten Exportaktivitäten	11
3.3	Situationsanalyse vor Start der Exportaktivitäten	12
3.4	Inner- und überbetriebliche Anforderungen für den Aufbau und die Abwicklung von Exportgeschäften	13
3.5	Rechtzeitige Ausarbeitung und Kommunikation einer Unique Selling Proposition	15
	Literatur	17
4	Entscheidung über das Zielland	19
4.1	Marktanalyse: Ist-Zustand und langfristige Dynamikprognosen	19
4.2	Wettbewerbssituation	20
4.3	Politische, ökonomische, strukturelle Verhältnisse sowie eventuelle Eintrittsbarrieren	23
4.4	Compliance: Ausgangssituation und Entwicklungen	27
	Literatur	34
5	Markteintrittsstrategien: Alternative Vertriebsmöglichkeiten und deren Besonderheiten	35
5.1	Direkter und indirekter Export	35
5.2	Exportkooperationen	37
5.3	Direktinvestitionen	38

5.4	Ausländische Vertriebspartner: Entscheidungskriterien und Suchmethoden	39
5.5	Integrität des potenziellen Partners als Faktor der Risikominderung	42
5.6	Partnerbindung und Loyalität.	44
5.7	Effiziente Unternehmenskommunikation als Erfolgsfaktor für die zukünftige Zusammenarbeit.	45
	Literatur.	47
6	Aufbau eines schlagkräftigen Auslandsvertriebs	49
6.1	Ausarbeitung eines Sollprofils.	49
6.2	Möglichkeiten zur Suche eines geeigneten Vertriebspartners	51
6.3	Qualifizierte Auswahl.	53
6.4	Einarbeitung in das deutsche Unternehmen.	54
	Literatur.	55
7	Schulung der Vertriebspartner vor Start des aktiven Einsatzes	57
	Literatur.	60
8	Nachhaltigkeit des Vertriebsaufbaus (auslandsbezogene vertragliche Besonderheiten)	61
8.1	Distributionsverträge	62
8.2	Agenten- und Handelsvertreterverträge	63
8.3	Kaufvertrag	68
	Literatur.	75
9	Vertriebliche Besonderheiten	77
9.1	Frankreich	77
9.2	USA	79
9.3	China	80
9.4	Japan	81
9.5	Osteuropa	82
9.6	Türkei.	83
9.7	Schweiz	84
9.8	Österreich.	85
	Literatur.	85
10	Exportkalkulation und die gebräuchlichsten Exportdokumente	87
	Literatur.	98
11	Exportfinanzierung	99
11.1	Kurz- und mittelfristige Lieferantenfinanzierungen	100
11.2	Die mittel- und langfristigen Finanzierungen	103
	Literatur.	107

12	Controlling im Auslandsgeschäft	109
13	Anhang: Checklisten Auslandsvertrieb	113
13.1	Anhang I – Compliance – Produkte	113
13.2	Anhang II – Checkliste Sollprofil	116
13.3	Anhang III – Schulung der Vertriebspartner vor Start des aktiven Einsatzes	117
13.4	Anhang IV – Effiziente Unternehmenskommunikation als Erfolgsfaktor für die zukünftige Zusammenarbeit	118
13.5	Anhang V – Lieferbedingungen – Übersicht zu Incoterms®	119
13.6	Nützliche Adressen	122
	Literatur	122