

## **Sichere Wege in neue Absatzmärkte im Ausland – Die Rolle des Außenhändlers**

*von Wolfhart Putzier, Geschäftsführender Gesellschafter der Fa. Jebsen & Jessen GmbH & Co. KG und Vorsitzender des Bundesverbandes des Deutschen Exporthandels e.V. (BDEx)*

Betrachtet man die Rahmendaten der deutschen Volkswirtschaft über die letzten Jahre, erkennt man, daß Wachstumspotentiale fast nur noch im Außenhandel liegen. Während die Binnenkonjunktur lahmt, kann die exportierende Wirtschaft an der Dynamik aufstrebender Wirtschaftsräume partizipieren. Nicht nur der Export in die Staaten Mittel- und Osteuropas, sondern auch in die VR China und Russland glänzt mit oft zweistelligen Wachstumsraten.

Wenn viele deutsche Unternehmen diese Chancen dennoch nicht nutzen, liegt dies meist an der Unkenntnis der Märkte und ihrer spezifischen Rahmenbedingungen und Risiken. Ungeklärte Fragen des Marktzugangs, der Logistik und Versicherung, des Kundendienstes und der Finanzierung sind es, die insbesondere den mittelständischen Unternehmer oft vor einem Auslandsengagement zurückschrecken lassen.

Hier steht der spezialisierte deutsche Exporthändler mit Rat und Tat zur Seite, wenn es darum geht, sichere Wege in neue Absatzmärkte im Ausland zu eröffnen, denn: Seine Stärke ist die Versorgung und Betreuung eben dieser fernen Märkte. Wenn sich jemand dort auskennt, dann ist er es.

Der Exporthändler repräsentiert Erfahrung und Innovation, Zuverlässigkeit und Qualität. Etwa die Hälfte der Mitgliedsunternehmen des Bundesverbandes des Deutschen Exporthandels kann auf eine Unternehmensgeschichte von mehr als 50 Jahren zurückblicken; nicht selten sind es 100 Jahre und mehr. Es wurde hier über Jahrzehnte ein wertvolles Kapital erarbeitet, dessen Potential weit in die Zukunft weist. Denn im Laufe ihrer langjährigen Handelsgeschäftstätigkeit haben die Exporteure auf ihren Absatzmärkten tragfähige Beziehungsnetzwerke aufgebaut, die ihr wesentliches Fundament im gegenseitigen Vertrauen haben. Die Exporteure sind etabliert, verfügen über umfängliches Erfahrungswissen und sind bei tatsächlichen und potentiellen Kunden in aller Welt wohlbekannt. Zudem verfügen sie über eingespielte Vertriebskanäle, vielfach mit eigener Niederlassung und besitzen einen etablierten Kundenstamm.

Die Exporthandelshäuser haben sehr breit gefächerte Beschaffungsbeziehungen aufgebaut. In aller Regel haben sie Waren von mehreren Dutzend Lieferanten in ihr Sortiment aufgenommen. Große Bedeutung als Lieferanten besitzen nicht nur Großunternehmen, sondern in erheblichem Umfang mittlere und kleinere Industrieanbieter, für die sich der Direktexport als besonders schwierig darstellt.

### **Positionssicherung auf fernen Märkten**

Exporteure sind in allen Regionen der Welt aktiv. Der Schwerpunkt ihrer Aktivitäten liegt nach wie vor in Übersee. Herausragende Bedeutung haben Ost- und Südost-Asien, der Nahe und Mittlere Osten sowie Südamerika und vielfach auch Afrika. Es wäre gleichwohl falsch, den Exporthändler auf die Rolle eines Entwicklungsländer-

Spezialisten reduzieren zu wollen. Vielmehr sind die Mitgliedsunternehmen des BDEX gerade auch in den hochtechnisierten Schwellenländern Asiens sowie in Japan nachhaltig präsent.

Gerade im Überseegeschäft, wo der Industrie der Direktexport am schwersten fällt, sind die Exporthandelsunternehmen an den Absatzmärkten regional und lokal umfänglich vertreten. Hierbei stützen sie sich auf über Jahrzehnte aufgebaute, weit gespannte Vertriebsnetze vor Ort. So verfügen rund zwei Drittel der Mitgliedsunternehmen über eigene Niederlassungen im Ausland – mit bis zu 400 Beschäftigten in einer Niederlassung – bzw. arbeiten mit einheimischen Firmen des Absatzlandes als lokale Vertreterfirmen auf langjähriger vertraglicher Basis zusammen. Nur durch eine ständige Präsenz vor Ort und den kontinuierlichen Kontakt zum Kunden besteht die Möglichkeit, eine gesicherte Position im Ausland zu schaffen. Darüber hinaus ist gerade bei dauerhaft wartungs- und servicebedürftigen Produkten im Ausland für den Bereich der After-sale-Leistungen eine permanente Form der Außenorganisation vor Ort zwingend erforderlich.

Die Absatz- und Kundendienstorganisation auf ausländischen Märkten wird für eine große Zahl von namhaften deutschen Industrieunternehmen nicht direkt, sondern durch den Exporthändler wahrgenommen. Der Exporthandel erspart so der Industrie nicht nur eigene lückenlose Absatz- und Kundendienstorganisationen auf den Auslandsmärkten, sondern er übernimmt darüber hinaus Risiken sowie fixe Kosten, beteiligt sich an bestimmten Projekten auch mit eigenem Kapital und stellt Fachkräfte für den After-sale-Service im Zielmarkt. Die Zusammenarbeit mit Exporthäusern ist daher vielfach die kostengünstigste Variante, um neue, insbesondere schwierige Märkte zu erschließen.

### **Die Stärke, Risiken abzuschätzen und zu handhaben**

Eines detaillierten Know-hows bedarf es für den Geschäftserfolg auch hinsichtlich der rechtlichen Rahmenbedingungen. Dies gilt im besonderen Maße für das Dickicht der nationalen Einfuhr- und sonstigen Regelungen und Verordnungen, die von Deutschland aus oftmals undurchschaubar erscheinen. Die Außenhändler kennen Devisenbestimmungen und Einfuhrbedingungen, Besonderheiten der Warenkontrollen, Ursprungsregelungen sowie Standards und Normen der einzelnen Länder.

Schließlich wird für das einzelne Produkt häufig eine besondere Aufbereitung für den in Frage kommenden Exportmarkt verlangt. Das Etikettieren in fremder Sprache, die Normierung und Typisierung für kleine Stückzahlen zum Export auf überseeische Märkte fällt Industrieunternehmen oft schwer; es ist für den vor Ort tätigen Exporthandel hingegen Tagesgeschäft.

Exporthandelsunternehmen vermögen aufgrund ihrer Ortskenntnisse und Erfahrungen die potentiellen Risiken zu erkennen, zu analysieren und auszuschalten. Kritische Analysen der Märkte, Zielgruppen und vorgesehenen Absatzpartner machen immer neue Problemstellungen sichtbar. Diese sind im einzelnen detailliert zu analysieren. Unterschieden nach allen Aspekten des Exportgeschäftes vor Lieferung und während der Lieferung sowie in der Nachlieferungsphase bis zur endgültigen Bezahlung sind die Produkt-, Währungs-, Finanzierungs-, Kreditversicherungs- und Transportrisiken ebenso zu berücksichtigen wie die

restlichen Risiken einschließlich solcher aus den Marktunsicherheiten. In den meisten Fällen werden die Hersteller nach Inlandskonditionen leistungsnah bezahlt. Das Auslandsgeschäft wird für den Hersteller somit de facto zum Inlandsgeschäft.

## **Finanzierung von Exportgeschäften**

Das Angebot von Finanzierungsmöglichkeiten stellt heute eine unverzichtbare Voraussetzung für das Zustandekommen von Exportgeschäften im Bereich des institutionellen Exporthandels dar. Ohne die Fähigkeit, dem ausländischen Interessenten eine Finanzierung der Handelsware zu ermöglichen – sei es durch eigene Kreditgewährung oder durch das Wissen über Möglichkeiten der Kreditbeschaffung – würde es den Händlern sehr schwer fallen, im sich verschärfenden Wettbewerb zu bestehen.

Die Fähigkeit, dem Kunden die jeweilig ortsüblichen Zahlungsziele einräumen und Finanzierungsmöglichkeiten anbieten zu können, wird denn auch von vielen Exporthändlern als unabdingbare Voraussetzung für den geschäftlichen Erfolg aus den Auslandsmärkten angesehen. Das spezielle Know-how, das nötig ist, um eine Finanzierung gerade auch auf schwierigen Absatzmärkten zu realisieren, wird von den Exporteuren denjenigen Herstellern zur Verfügung gestellt, die selbst nicht über die nötige Erfahrung oder die nötigen Finanzmittel zur eigenständigen Export-Durchführung verfügen. Besonders interessant ist diese Leistung für Herstellungsunternehmen, die von ihren Banken keine ausreichenden Finanzmittel zur Verfügung gestellt bekommen. Dies ist häufig dann der Fall, wenn beim Finanzinstitut Unsicherheiten oder Unkenntnis über den Vertragsgegenstand, die Bonität des Vertragspartners oder das Risiko des Scheiterns eines Geschäftes bestehen.

Die Exporteure wissen hingegen in der Regel sehr gut, auf welchen Märkten welche Geschäftspartner vertrauenswürdig sind und welche Finanzierungsmöglichkeiten durch Dritte bestehen. So halten sie sich stets über alle Möglichkeiten der Exportfinanzierung auf dem laufenden und pflegen Kontakte zur internationalen Bankenwelt, um für sich – und damit auch für ihre Lieferanten – beste Konditionen zu erhalten – bei Zahlungssicherheiten und Garantien sowie in der Exportkreditversicherung. Darüber hinaus sind Außenhändler natürlich auch mit den finanziellen Gegebenheiten „ihrer“ Länder vertraut. Sie kennen die Devisensituation und die Devisenbestimmungen. Nicht zuletzt kooperieren sie vor Ort mit zuverlässigen, Ihnen seit vielen Jahren geschäftlich verbundenen Finanzinstituten.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten: Es stehen im Auslandsgeschäft nicht Industrieinteressen gegen den Handel oder umgekehrt, sondern die vertrauensvolle Zusammenarbeit von Hersteller und Exporteur bezüglich der Gestaltung des Angebots und des Produkts für den Kunden stellt die optimale Anpassung an die Erfordernisse der internationalen Märkte dar.