

Checkliste

TYPISCHE FEHLER IM AUSSENHANDEL Erkennen und vermeiden

Beim Aufbau bzw. bei der Abwicklung von Auslandsgeschäften sind immer wieder Fehler zu beobachten. Diese ergeben sich im Wesentlichen durch die fremde Sprache, durch unbekannte Geschäftssitten und durch abweichende Rechtsgepflogenheiten.

Nachfolgend sind typische Fehler dargestellt, Lösungen werden skizziert. Ausführliche Basisinformationen zu dieser Thematik können dem Fachbuch „Erfolgreich Exportieren“ (ISBN-Nr. 978-3-87156-623-3) entnommen werden.

Checkliste

TYPISCHE FEHLER IM AUSSENHANDEL Erkennen und vermeiden

<ol style="list-style-type: none">1. Ein ausgewogenes Risiko-bewusstsein für Auslandsgeschäfte sollte vorhanden sein – was häufig nicht beachtet wird!2. Ausländische Geschäftspartner sind nur unzureichend über Ihr Unternehmen informiert – wie Sie für eine bessere Informationsplattform sorgen!3. Auslandsmessen können eine Fülle von Informations- und Kontaktmöglichkeiten bieten – welches mehrgliedrige Vorgehen ist zu empfehlen?4. Mit Systematik zum Erfolg – welche Einzelmaßnahmen für einen Erfolg im Ausland erforderlich sind?	
--	--

- | | |
|--|--|
| <p>5. Was bedeutet es, wenn Ihr bulgarischer Geschäftspartner den Kopf schüttelt – welche anderen geschäftlichen Rahmenbedingungen im Ausland zu berücksichtigen sind!</p> <p>6. Ihr ausländischer Geschäftspartner zahlt nicht – kennen Sie die Möglichkeiten dennoch an Ihr Geld zu kommen?</p> <p>7. Wenn Sie Ihr Geschäft durch einen Eigentumsvorbehalt absichern wollen, müssen Sie in wichtigen Exportmärkten einen Notar einschalten bzw. andere Schritte einleiten – wissen Sie wo?</p> <p>8. Ihr Auslandskunde bietet Ihnen die Zahlungsbedingung „CAD at sight“ an – warum dies kritisch für Sie werden kann?</p> | |
|--|--|

<p>9. Ihr neuer Auslandskunde gibt als Anschrift P.O. BOX an – Sie sollten misstrauisch werden und bestimmte Schritte einleiten!</p> <p>10. Wundern Sie sich nicht, wenn sich Ihr chinesischer Geschäftspartner evtl. nicht an den abgeschlossenen Vertrag hält – welche Gründe sind hierfür maßgebend?</p> <p>11. Ihr neuer Handelsvertreter möchte für das erste Jahr der Zusammenarbeit eine Garantieprovision/Fixum von Ihnen erhalten – wie Sie reagieren sollten?</p> <p>12. Gerichtsstand ist Sitz Ihres Unternehmens – kennen Sie die Vorteile bei grenzüberschreitenden Streitigkeiten, ein privates Gericht einzuschalten?</p>	
---	--

13. Manche Länder sind nicht an Ihrem Produkt, sondern an Ihrem **Know-how** interessiert – aber Vorsicht, was Sie beachten sollten!

14. Die in Ihrem Prospekt verwendete Farbe hat Symbolkraft – im Ausland aber häufig anders, was bei der **Gestaltung von Prospekten** zu beachten ist!

15. Nutzen Sie den Wert Ihrer „**internationalen Marke**“ – auch wenn Sie meinen keine zu haben!

16. Vorsicht bei „Ex Works“-Lieferungen in Kombination mit einer **Akkreditivzahlung** – was kann passieren?

<p>17. Wie Sie regelmäßig benötigte Informationen aus dem Auslandsmarkt von Ihrem Vertreter „erzwingen“ können?</p> <p>18. Das in Ihren Auslandsverträgen verwendete „Deutsche Recht“ trägt nicht – Sie sollten wissen warum?</p> <p>19. Zweisprachige Verträge sind oftmals zum beiderseitigen Verständnis erforderlich - welche „Kleinigkeit“ Sie unbedingt beachten sollten“</p> <p>20. Welche „Deckelung“ Sie bei Gewährleistungsvereinbarungen berücksichtigen sollten?</p>	
---	--

21. Bevor Sie Ihrem **Auslandsvertreter kündigen** – kennen Sie eine bessere Lösung zur Regelung des Problems?

22. Die von Ihnen verwendeten **AGB** sind (in Deutschland) bewährt – deren Wert ist bei Auslandsgeschäften häufig fragwürdig!

23. Ein ausländischer Interessent erbittet Ihren Produktkatalog – auch ohne Übersetzung des Katalogs können Sie mit einfachen Mitteln den Informationsgehalt Ihrer **Verkaufsunterlage** erhöhen!

<ul style="list-style-type: none">••••••	
---	--

Lösungsvorschläge

Zu 1: **Kundenrisiko** (Kunde will oder kann nicht zahlen) und **Länderrisiko** (Die Landeswährung lässt sich nicht in dem gewünschten Umfange in Devisen umwandeln) und müssen rechtzeitig abgesichert werden.

Möglichkeiten: (Vorauskasse, bestätigtes unwiderrufliches Dokumentenakkreditiv, Exportkreditversicherung)

Zu 2: Eine aussagefähige Beschreibung der Stärken des Unternehmens/ Alleinstellungsmerkmale/uniq selling position sollte in Deutsch sowie in der Sprache des Zielmarktes vorliegen. Und zwar sowohl in Form eines „Image-Prospektes“ wie auch in Form eines Internetauftrittes.

Zu 3: **Kataloganalyse** (Analyse des Ausstellerkataloges der vorhergegangenen Messe, evtl. Kontaktaufnahme zu ausgewählten Ausstellern), **Messebeteiligung ohne Stand** (gut vorbereiteter Besuch der in Frage kommenden Messe, **Messebeteiligung mit Stand** (Teilnahme an der ins Auge gefassten evtl. auf einem Gemeinschaftsstand, der von einem Bundesland organisiert wird).

Zu 4:

- Analyse des IST-Zustandes des eigenen Unternehmens
- Zielsetzung für Auslandsaktivitäten
- Beschaffung innerbetrieblichen Voraussetzungen
- Definition des Ziellandes
- Marktsegmentierung
- Produkthanpassung
- Vertriebsaufbau
- Vertragsgestaltung
- Marketingmaßnahmen
- Budget für 1. Jahr

Zu 5: Die kulturellen Rahmenbedingungen im Zielland, andere Sitten/Geschäftssitten und Gebräuche, die andere Mentalität können zu einem anderen Verhalten ausländischer Geschäftspartner führen. Die meisten Fehler im internationalen Geschäftsverkehr sind in einer nicht ausreichenden Würdigung der anderen Mentalität begründet.

Zu 6. Nach wiederholter Mahnung Prüfung der Situation durch Exportkreditversicherung, persönliche Kontaktaufnahme, Einleitung eines Inkassoverfahrens, u. U. Klage (wenn die vereinbarten rechtlichen Rahmenbedingungen Aussicht auf Erfolg versprechen).

Zu 7. Für das Wirksamwerden eines vertraglich vereinbarten Eigentumsvorbehaltes gilt das Recht des Landes, in dem sich die Ware befindet.

Nach diesen Regelungen muss der Eigentumsvorbehalt z. B. beim zuständigen Gericht des Abnehmers registriert werden (z. B. Italien, Türkei, Schweiz) oder eine notarielle Urkunde über das Lieferdatum ist das erforderlich (z. B. Spanien, Polen) oder ein separater Vertrag über den Eigentumsvorbehalt und dessen Registrierung (z. B. USA) ist erforderlich.

Zu 8. Bei dieser Zahlungsbedingung beauftragen Sie Ihre Bank den Rechnungsbetrag gegen Übergabe bestimmter Dokumente beim Auslandskunden einzuziehen (Dokumenteninkasso). Es besteht jedoch die Möglichkeit, dass der Kunde ohne geleistete Zahlung in den Besitz der Ware gelangen kann (z. B. im Rahmen einer Versteigerung, wenn die Mindestlagerdauer im Zolllager überschritten wird oder durch ein Fehlverhalten des Zollbeamten).

Zu 9. Eine „P.O. Box-Anschrift ist keine „vollstreckungsfähige“ Anschrift, d. h. ein Gerichtsvollzieher wird nach einem strittigen Verfahren unter dieser Anschrift nicht vollstrecken können.

Zu 10. Die in der Mehrzahl der Länder praktizierte Regelung sich an geschlossene Verträge zu halten, wird in bestimmten Ländern Südostasiens anders ausgelegt. Der Vertrag ist hier eher eine Absichtserklärung, die mit sich ändernden Rahmenbedingungen entsprechend ausgelegt wird.

Zu 11. Verlangen Sie als Gegenleistung eine monatliche schriftliche Berichterstattung über die besuchten Firmen (mit Name und Dienststellung des Ansprechpartners, Sprache, Telefon und e-mail-Nummer sowie: welche ähnlich gelagerten Produkte werden geführt, wie wird Ihr Produktprogramm beurteilt usw.). Die Garantieprovision/Fixum sollte bis zum vereinbarten Monatsbetrag anteilig je nach gewiesenem Firmenbesuch einmal monatlich zur Auszahlung gelangen.

Zu 12. Die Abwicklung grenzüberschreitender Streitfälle sollte einem privaten Gericht = Schiedsgericht übertragen werden. Schiedsgerichte sind meist bei größeren Kammern angesiedelt. Folgende Vorteile sind mit einem Schiedsverfahren verbunden:

- Als Schiedsrichter können Fachleute ausgewählt werden
- Die Verfahren sind nicht öffentlich
- Kürzere Verfahrensdauer
- Günstigere Gesamtkosten
- Schiedsurteile werden in derzeit mehr als 125 Ländern der Welt vollstreckt

Zu 13. Für den Verkauf/Export Ihres Know-hows sollten Sie einen Lizenzvertrag vereinbaren. Folgende Zahlungen sollten vorgesehen werden:

- Grundbetrag (Einmalig bei Übergabe der technischen Zeichnung z.B.)
- Monatliche pauschale Lizenzgebühr (abgesichert durch eine Bankgarantie)
- Stücklizenz (sobald die monatliche Lizenzpauschale überschritten ist)
- Ebenfalls sollten Sie ein Exportverbot vorsehen

Zu 14. Prospekt (Image-, Produkt-,) in der Sprache des Ziellandes mit Hinweis auf die Herkunft des Produktes „Made in Germany“, Verwendung von Nutzenargumenten unter Berücksichtigung der Situation im Zielland, Hinweis auf die erfüllten landesspezifischen Zertifizierungsvorschriften.

Zu 15. „**Made in Germany**“ steht weltweit für Qualität, Zuverlässigkeit und ein hohes technisches Know-how. Daher sollte auf diese „Marke“ in Ihren Prospekten hingewiesen werden, aber auch bei der Beschriftung der gelieferten Produkte.

Sollte die Verwendung unter Berücksichtigung von Ursprungsvorschriften nicht möglich sein, empfiehlt sich zu verwenden:

Made with German technology
Designed in Germany
Made by F i r m e n n a m e / Germany.

Zu 16. Auslösendes Dokument bei Akkreditivgeschäften ist u. a. ein Transportdokument. Bei der Lieferbedingung EXW hat der Kunde den Frachtauftrag zu erteilen. Da nicht sichergestellt ist, dass der vorgesehene Frachtführer die Fracht tatsächlich übernimmt, sollte bei der Verwendung von „LC + EXW“ eine Ausweichklausel im Akkreditiv formuliert werden. Mit einer derartigen Klausel könnte vorgesehen werden, dass anstelle der Spediteurübernahmebescheinigung ein „Fertigstellungsprotokoll“ des Hersteller akkreditivauslösendes Dokument ist.

Zu 17. Die Auszahlung der verdienten Vermittlungsprovision kann an das Vorhandensein des letzten Kundenberichtes gebunden werden. Ebenfalls kann vereinbart werden, dass ein nichterbrachter Kundenbericht im Wiederholungsfalle zu einer fristlosen Kündigung des Vertragsverhältnisses führen kann.

Zu 18. Für die Regelung grenzüberschreitender Kaufverträge wurde das UN-Kaufrecht (CISG) entwickelt. Deutschland ist dem UN-Kaufrechtsabkommen 1991 beigetreten. Seit dieser Zeit gilt bei grenzüberschreitenden Verträgen vorrangig UN-Kaufrecht, wenn Sie deutsches Recht vereinbaren.

Zu 19. Bei zweisprachigen Verträgen sollten Sie prüfen, welche Textfassung im Auseinandersetzungsfall die gültige ist.

Zu 20. Die Dauer der Gewährleistung beträgt 12 Monate nach Abnahme, sie endet jedoch in jedem Fall 18 Monate nach Lieferung (bei EXW-Lieferung: ... nach Anzeige der Versandbereitschaft ...), es sei denn, die Abnahme verzögert sich aus Gründen, die der Verkäufer zu vertreten hat.

Zu 21. Anstelle einer Kündigung des Vertragsverhältnisses sollte eine Änderung erwogen werden. Dem Vertreter wird z. B. nicht mehr „Gebietsschutz“ übertragen, sondern nur noch „Kundenschutz“. Kunden, bei dem der Vertreter gut eingeführt ist, können von diesem weiter betreut werden. Für die Akquisition von Neukunden kann ein neuer Vertreter eingesetzt werden.

Zu 22. Die von deutschen Unternehmen verwendeten AGB stammen häufig aus dem deutschen Geschäftsgebrauch und werden häufig auf das Auslandsgeschäft übertragen. Da oftmals nicht sicher ist, ob die deutschen AGB tatsächlich Bestandteil des Auslandsvertrages werden, ist zu empfehlen, dass

- die AGB in der Sprache des Angebotes vorgelegt werden
- diese vom Kunden ausdrücklich akzeptiert werden (durch Unterschrift oder ausdrückliche Anerkennung)

Bzgl. des in den AGB festgeschriebenen Eigentumsvorbehaltes gelten wiederum andere Regeln (siehe Punkt 7.)

Zu 23. Umfangreiche deutschsprachige Produktkataloge können für eine Übergangszeit mit „Einlegeseiten“ in der Sprache des Ziellandes ausgestattet werden. Auf diesen Einlegeseiten sollten wichtige Informationen zusammenfassen dargestellt werden.