



Markteintritt Brasilien

++ Vertriebspartnersuche ++ Start-ups ++ Joint Ventures ++ M & A ++

Jutta Allemann

Juli 2017

Markteintrittsstrategien Brasilien



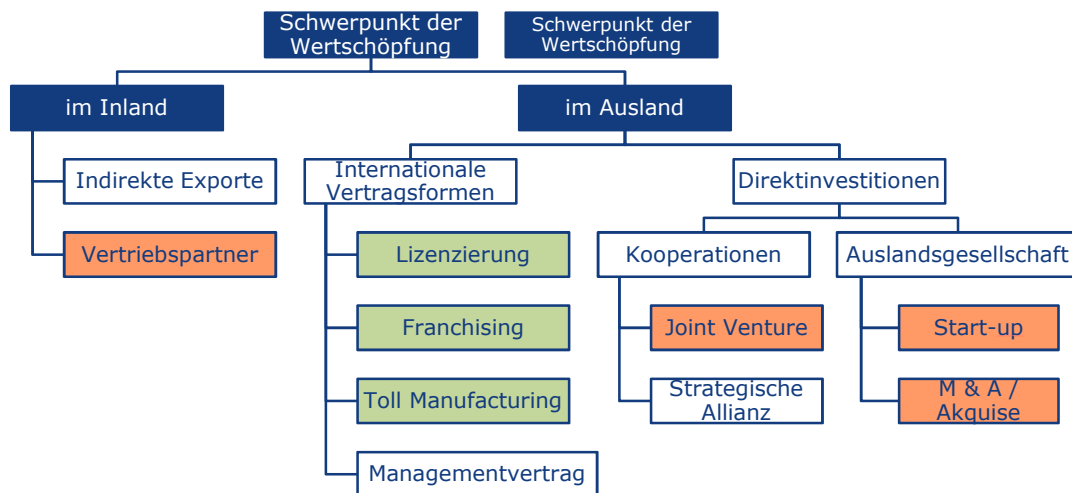
Brasilien ist ein grosses Land mit kontinentalem Ausmass und über 200 Mio. Einwohnern die grösste Volkswirtschaft in Südamerika.

Für jede Unternehmung mit Ambitionen im Export stellt sich die Frage, wie der Eintritt in Zielmärkte angegangen werden soll. **Contacts International** bietet Ihnen Expertise bei den verschiedenen Markteintrittsstrategien an.

Die Art in einen neuen Markt einzutreten hängt sehr wesentlich von folgenden Faktoren ab:

- wie gross eine Unternehmung ist
- um welche Produkte / Dienstleistungen es sich handelt, die vertrieben werden sollen
- welche generellen Formen des Markteintritts eine Unternehmung bevorzugt
- welche Kapitalkraft sie besitzt
- wie risikofreudig sie ist
- wie rasch der Markteintritt notwendig ist

Sicherlich kann man hier noch viele andere Faktoren aufzählen, die aufgeführten sind lediglich einige der wichtigsten.



- Kerndienstleistungen von Contacts International
- Mögliche Suchdienstleistungen von Contacts International

Abb.: Überblick über Markteintrittsstrategien

Zu den roten und grünen Optionen bietet Contacts International Dienstleistungen an.

Alle Beratungs- und Dienstleistungen erfolgen individuell kundenbezogen und auf Projektbasis.

a) Indirekter Export

Viele Unternehmen exportieren ihre Produkte bereits nach Brasilien, indem sie z.B. Zulieferer für grosse Anlagen sind und der Anlagenbauer Teile einkauft, die dann in einer Grossanlage nach Brasilien geliefert wird. Für kleine Unternehmen mit fehlender Exportstruktur und wenig Exporterfahrung ist dies wenn immer möglich, die beste, sicherste und kostengünstigste Variante.

b) Vertriebspartner

Der Verkauf von Produkten im Ausland wird von den meisten kleineren und mittleren Betrieben über einen Vertriebspartner abgewickelt.

Man sucht sich in den für attraktiv erachteten Ländern einen Partner, der den Vertrieb vor Ort übernimmt. Meist erfolgen Schulungen über das Produkt bei der exportierenden Gesellschaft und je nach Unternehmenskultur und Politik des Hauses werden die Vertriebspartner auch aktiv beim Marketing unterstützt, sei es durch Beteiligung an Ausstellungen und Messen, durch Material in der Landessprache oder gar Begleitung bei Kundenbesuchen.

Das wird sehr unterschiedlich gehandhabt und ist sehr firmenspezifisch.

c) Joint Venture

Mittels einem Joint Venture kann man schnell Zugang zum neuen Markt erhalten und die Investitionskosten sind geringer als beim Aufbau einer eigenen Struktur oder bei der Übernahme einer Unternehmung. Allerdings gibt es auch Risiken. Bei einem Joint Venture braucht es grosses gegenseitiges Vertrauen, denn ein Partner kann sich allenfalls vorsätzlich Vorteile verschaffen, insbesondere dann, wenn er einen Heimvorteil hat.

Hier muss jeder Einzelfall genau geprüft werden, um zu beurteilen, ob dies eine sinnvolle Variante ist.

**d) Kauf einer Unternehmung (M & A)**

Für manche Unternehmen ist das die Variante der Wahl, um schnell in den Markt kommen zu können, besonders dann, wenn es sich um ein grösseres Unternehmen mit guten Produkten handelt und der brasilianische Markt lange nicht bearbeitet wurde. Die Gründe für einen Unternehmenskauf können sehr unterschiedlich sein.

e) Gründung einer eigenen Vertriebsgesellschaft im Ausland (Start-up)

Viele Unternehmen starten mit einem Vertriebspartner. Wenn sich das Marktpotenzial als vielversprechend erweist, wird irgendwann eine eigene Vertriebsgesellschaft gegründet und später eine eigene Produktionsgesellschaft oder Assembling.

Bis zur operativen Funktionsfähigkeit eines Start-ups Brasiliens sollte etwa ein halbes Jahr gerechnet werden. Das ist nicht nur die Dauer der Gesellschaftsgründung selbst, sondern auch die Zeit die benötigt wird, um eine reguläre Importlizenz zu erhalten und alle anderen strukturellen Notwendigkeiten zu erledigen.

Die Gehälter mit Sozialnebenkosten sind in Brasilien ganz erheblich, daher kann es sinnvoll sein, die Gesellschaftsgründung mit dem strukturellen Aufbau auf Projektbasis zu vergeben und parallel dazu die Zeit nutzen, einen Geschäftsführer und geeignetes Personal zu finden. Auch beim Executive Search und der Suche von Personal bieten wir unsere Dienstleistungen an.

f) Lizenzen, Franchising, Toll-Manufacturer

Wir suchen für Sie in Brasilien auch gezielt passende Lizenznehmer, Franchising-Partner, Toll-Manufacturer oder Lieferanten.

Copyright © Jutta Allemann