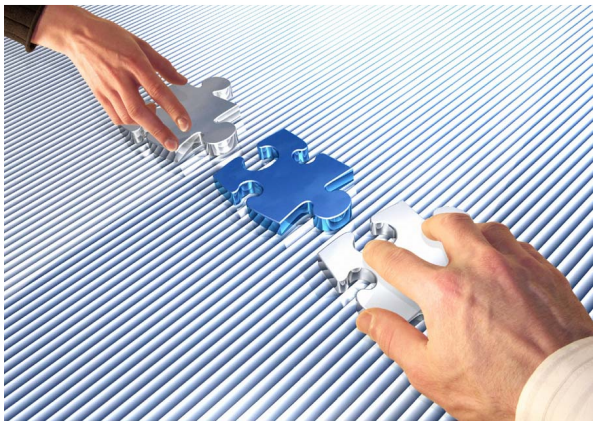
Juli 2017

Vertriebspartnersuche und Markteintritt Brasilien



Was ist bei der Vertriebspartnersuche zu beachten?

Nach erfolgter Markt- und Konkurrenzanalyse kann die Suche eines Vertriebspartners beginnen. Natürlich kann man einen Vertriebspartner auch suchen, ohne diese „Hausaufgaben" gemacht zu haben. Dies schwächt allerdings die Verhandlungsposition des Exporteurs gegenüber einem potenziellen Vertriebspartner, denn wer nur wenige oder keine Informationen über einen Zielmarkt hat, läuft Gefahr falsche Entscheidungen zu fällen.

Brasilien ist in vielen Bereichen ein bereits gut entwickelter Markt und die Konkurrenz schläft nicht. Es kann sich herausstellen, dass eine Firma gerne den brasilianischen Markt erschliessen will und dabei entdeckt, dass die heimischen Konkurrenzfirmen längst in Brasilien Fuss gefasst haben und die guten und starken Vertriebsfirmen in diesem Bereich bereits mit Konkurrenzprodukten besetzt sind.

Dann braucht es Kreativität einen guten Partner zu finden und mit Geschick den Markteintritt umzusetzen. Vielleicht muss Vertrieb und Serviceleistungen getrennt werden oder man muss den Weg des indirekten Exportes suchen, wenn sich keine Türen auftun. Es gibt aber auch Produkte, die hier auf dem Markt noch nicht zu haben sind und der Markt ruft danach. So z.B. ein Produkt einer deutschen Firma im Dentalbereich, die ihre Produkte aber bisher in Brasilien noch nicht vertreibt, weil sie noch eher regional orientiert ist. Es gibt Volkskrankheiten, die in Brasilien aufgrund von Ernährungsgewohnheiten viel verbreiteter sind als in Europa, ein Beispiel ist Diabetes. Neue, erfolgreiche Produkte in diesem Bereich erobern den Markt in Windeseile und die Kasse klingelt.

Es gibt viele Wege für Vertriebspartnerschaften. Diese sind einerseits abhängig vom Exportgut selbst und andererseits von den Gegebenheiten der Exportfirma. Wer ein innovatives Produkt hat, das auf dem Markt noch nicht vertreten ist, tut gut daran, dieses möglichst gut zu schützen. Manche Produkte brauchen Spezialbewilligungen von der Gesundheitsbehörde ANVISA (Pendant zur FDA in USA). Diese Dinge sollten unbedingt rechtzeitig geprüft werden. Ein Vertriebspartner übernimmt eventuell die Aufgabe, die häufig kostspieligen Bewilligungen zu erlangen.

Susenbergstrasse 5, 8044 **Zürich**, Schweiz
Stützpunkte: **Stuttgart** und **Rio de Janeiro**
Tel. CH: +41/79/246-4992, Tel. D: +49/151/1220-7836; Tel. BR: +55/22/99262-0706
e-mail: jutta.allemann@con-international.com
www.con-international.com

Oft ist festzustellen, dass exportwillige Firmen die Vorstellung haben, dass sie einfach einen Vertriebspartner finden müssen, mit diesem einen Vertrag abschliessen und dann läuft es und es ist für sie erledigt. Man ist vielleicht überrascht, warum dieser nichts oder nur wenig verkauft. Eine mögliche Reaktion ist, dass man vom Markt enttäuscht ist, den Dingen ihren Lauf lässt und ihn einfach vergisst und sich auf andere Märkte konzentriert.

Aus der Sichtweise brasilianischer Vertriebsfirmen ist immer wieder zu hören, dass die Exportfirmen die Erwartung haben, dass sie (die Brasilianer) die ganzen Kosten und den ganzen Aufwand für die Etablierung eines Produktes und/oder einer neuen Marke übernehmen sollen, während die Exporteure es sich einfach machen und ein Minimum investieren wollen.

Das führt manchmal zur Ablehnung eines interessanten Produktes seitens der brasilianischen Vertriebsleute. Die Markterschliessung ist der Prozess der Geld kostet, im grossen Land Brasilien ganz besonders und der sollte von beiden Seiten in fairer Weise getragen werden, wenn das Geschäft zum Erfolg führen soll. Das ist eine Grundregel bei jedem Geschäft, welche sich auch hier zeigt. Die Unterstützung des Exporteurs ist auf der technischen Seite genauso wichtig wie auf der Marketingseite.

Umgekehrt ist es ganz wichtig, sich im Exportland mit den richtigen Partnern zusammenzutun. Manchmal wird eine Einzelperson engagiert, die möglicherweise die Branche gut kennt, aber nicht wirklich die Infrastruktur hat, um ein Produkt im Markt erfolgreich zu platzieren.

In Brasilien ist zu beachten, dass es sich hier nicht nur um ein Land, sondern um einen Kontinent handelt. Das bedeutet, dass ein Handelsvertreter unvergleichbar hohe Reisekosten und Zeitaufwand hat, wenn er mit einem Produkt den Markt bearbeiten will. Viele Vertriebsfirmen beschränken sich aus diesem Grund bewusst auf eine Region, denn sonst brauchen sie eine grosse Produktepalette und enorme Infrastruktur, um Ertrag erwirtschaften zu können.

Das ist nicht mit Europa vergleichbar, wo alles nahe beieinander liegt, mit ausgezeichneter Infrastruktur ausgerüstet und die Verkaufsstruktur einer Unternehmung vielleicht sogar in kleinere, regionale Gebiete aufgeteilt ist.

Wer den Markt in ganz Brasilien bearbeiten will, braucht einen Partner, der diese Infrastruktur bieten kann. Diese findet man in vielen Branchen nicht, allenfalls im boomenden Internethandel, der auch logistisch in Brasilien bestens funktioniert.

Welche Vorgehensweise empfiehlt sich bei der Markterschliessung?

Jeder Markt hat seine Eigenheiten, daher kann die Vertriebsform, die für ein Produkt in einem Land gut funktioniert in einem anderen Land vielleicht nicht angewendet werden. Sie braucht möglicherweise eine Anpassung oder es braucht einen ganz anderen Vertriebsweg, der der Kultur und den Gegebenheiten des Ziellandes entspricht. Wenn es sich z.B. um Industrieausrüstungen handelt, die in verschiedenen Branchen einsetzbar sind, kann es sein, dass man versucht in noch nicht besetzten Branchen zu operieren. Es findet sich meist ein geeigneter Weg. Gute Informationen und Recherchen vor Ort sind dabei hilfreich.

Es ist auch zu bedenken, dass andere klimatische Bedingungen andere Anforderungen an ein Produkt stellen können. Man nennt das für Brasilien Produkte-Tropikalisierung. Beispielsweise ist es schwierig hier fein schmelzende Schokolade zu verkaufen, weil in der Wärme alles schnell verderben würde. Es müssen für Schokolade andere Fette verwendet werden oder, wenn ein Produkt in einem Klima mit salzhaltiger Luft eingesetzt wird, muss das Material eventuell eine andere Beschaffenheit haben, als in einem anderen klimatischen Umfeld. Es empfiehlt sich, solche Dinge rechtzeitig abzuklären, bevor Kundenreklamationen dem Namen und dem Image einer Firma schaden.

Die Vorgehensweise und Markteintrittsstrategie sind für jedes Produkt individuell. Gute Recherchen und Beratung von Spezialisten mit Landeskenntnissen sind zu empfehlen.

Wenn wir von **Contacts International** für Sie eine Vertriebspartnerrecherche übernehmen, ist das ein ähnlicher Prozess wie die Suche eines Executives.

Wir stellen nicht auf bestehende Datenbanken ab oder suchen nur regional in zufällig bestehenden Kontaktdaten, sondern wir suchen gezielt ganz Brasilien ab, um den **strategisch passenden Partner** für Sie zu finden, egal um welches Produkt oder welche Dienstleistung es sich handelt.

Wenn der Vertriebspartner strategisch nicht wirklich passt, laufen Sie Gefahr wertvolle Jahre für Ihren Markteintritt zu verlieren.

Copyright © Jutta Allemann