

Global Sourcing

Die 5 wichtigsten Spielregeln für die internationale Beschaffung



Inhalt

Vorwort	3
5 Spielregeln für die internationale Beschaffung	5
Die 5 wichtigsten Importhelfer	9
Welches europäische Land liefert was?	12
5 Spielregeln für den ersten Kontakt mit internationalen Lieferanten	16
Andere Länder – andere (Trink-)Sitten	22
Trinkgeld: Ein kleiner Leitfaden für Geschäftsreisende	25
Die 6 verschiedenen Rechtskreise und der sinnvolle Aufbau internationaler Kaufverträge	27
Die 11 wichtigsten Inhaltspunkte eines internationalen Kaufvertrages	29
Importkalkulation: Wie Sie den Einstandspreis beim Import korrekt errechnen	31
Praxis-Checkliste: Testen Sie sich!	33
Erfolgreich Verhandeln mit ausländischen Verkäufern	34
Verhandlungssprache Nr. 1: Englisch	35
Interkulturelle Kompetenz	37

Vorwort

Herzlich Willkommen!

Die Anmeldung zu diesem kurzen aber wertvollen White Paper war ein guter Entschluss.

Falls Sie mich noch nicht kennen, ich bin Jens Holtmann, Spezialist für Global Sourcing sowie Geschäftsführer der Einkäufer-Akademie.

Das Team der Einkäufer-Akademie begleitet Einkaufsabteilungen auf dem Weg zur High Procurement Performance.



Jens Holtmann im Workshop

Internationale Geschäfte sind nichts Neues und haben eine jahrhundertalte Tradition. Die von den Römern gegründete Stadt Augsburg liegt zentral in Europa und früher trafen sich dort wichtige Handelswege.

Die berühmte Kaufmanns-Dynastie der Fugger leitete von hier aus ihr europäumspannendes Handelsnetz. Oder schauen Sie

sich die Blütezeit der Hansestädte vom 13. bis zum 17. Jahrhundert an.

Die Kostensenkungspotenziale durch weltweites Einkaufen sind groß. Erschließen Sie diese Erfolgsquelle. Es zahlt sich aus. Für den Gewinn Ihrer Firma und Ihren persönlichen Erfolg. Natürlich gibt es Risiken, aber die Chancen sind viel größer.

Und denken Sie daran: Der Mythos - nur Produkte „Made in Germany“ sind gut - ist längst tot. Die beiden größten „Motivations-Killer“ unter Einkäufern hinsichtlich des Importeinkaufs sind „Unwissenheit“ und „vorschnelle Urteile“.

In diesem Sinne wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und erfolgreiche globale Geschäfte.

Herzliche Grüße

Ihr Jens Holtmann

Die 5 wichtigsten Spielregeln für die internationale Beschaffung

Zweifellos zählt der Importeinkauf zum großen Einmaleins für jede Einkaufsabteilung. Kaum eine andere Disziplin im Rahmen der Beschaffung ist einkäuferseitig so stark mit Vorurteilen und anderen Emotionen besetzt. Dabei lohnt sich selbst der Importeinkauf im privaten Bereich. Beispiel: Der Neuwagenkauf. Schnell und einfach können Sie hierbei – ob mit oder ohne Hilfe von Dienstleistern – eine 4-stellige Summe sparen, von der Sie eine schöne Fernreise machen können.

Beachten Sie: Hinter Abwehrreaktionen und „Killeraussagen“, wie z.B. „Das lohnt sich nicht für uns.“, stecken eine falsche einkäuferische Grundhaltung und fehlendes Know-how.

Ohne Aktionsplan keine Einkaufserfolge

Wenn Sie bereits in größerem Stil international einkaufen, dann wissen Sie, dass ein systematisches und planvolles Vorgehen unverzichtbar ist. Diese 5 Spielregeln gelten für den Importeinkauf:

1. Die geeigneten Produkte finden

Natürlich gehören auch Dienstleistungen zu diesem Punkt. Es ist nicht sinnvoll, seine C-Artikel direkt in China zu kaufen. Grundsätzlich kommen nur die A-Artikel und ein Teil der B-Artikel als potenzielle „Import-Kandidaten“ in Frage. Es gilt

die Formel: Großes jährliches Einkaufsvolumen = großes Preissenkungspotenzial. Wenn Sie für ein Produkt 80 Euro anstelle von 100 Euro bezahlen und jährlich davon 10.000 Stück einkaufen, dann ist dies aus der einkäuferischen Perspektive grundsätzlich immer interessant.

2. Die potenziellen Import-Länder auswählen

Einkaufsabteilungen, die bisher keinen oder nur geringen internationalen Einkauf betrieben haben, sind gut beraten, sich zuerst auf den europäischen Märkten genauer umzusehen. Spätestens jetzt wird deutlich, dass der globale Einkauf von den Ergebnissen einer guten Recherche lebt. Machen Sie sich mit den europäischen Einkaufsmärkten vertraut. Gehen Sie dazu systematisch vor. Fangen Sie beispielsweise in Skandinavien an und arbeiten Sie sich danach systematisch im Uhrzeigersinn bis zu den Britischen Inseln vor.

Beachten Sie: Beim Importeinkauf sind Vorbereitungszeiten von 6 Monaten und länger völlig natürlich.

Unter www.einkaufsmanager.net finden Sie unter der Rubrik „Checklisten“ 2 Listen mit den Haupteinkaufsprodukten ausgewählter Länder in Europa und Asien.

3. Kontakte knüpfen

Neue internationale Lieferanten lassen sich am einfachsten per Internet-Recherche finden. Liegen konkrete Adressen vor, heißt es schnell per E-Mail Kontakt aufnehmen. Es ist selbstverständlich, dass die Kontaktaufnahme oder auch die konkrete Anfrage in der Welthandelsprache Nummer 1 – in Englisch – erfolgt. Bei der systematischen Suche nach neuen Lieferanten in Europa und anderen Teilen der Welt stoßen Sie häufig auf eine große Zahl von Adressen. In diesen Fällen ist es nicht sinnvoll sofort eine konkrete Anfrage zu versenden. Viele Einkaufsabteilungen versenden einen Fragebogen zur

Selbstauskunft des Lieferanten, um später aufgrund der Rückläufer eine Vorauswahl treffen zu können.

4. Importe schnell und einfach abwickeln

Hier geht es um Akkreditive, Verpackungs-, Transport- und Versicherungskosten, die Qualitätssicherung und um Zollfragen. Der weltweit agierende Einkäufer muss sich hier zweifellos auskennen – aber natürlich muss er nicht alles selbst erledigen. Schließlich gibt es in unserer arbeitsteiligen Wirtschaft für alles Spezialisten. Lassen Sie echte Profis Ihre Importe abwickeln und beschränken Sie sich darauf die Fäden in der Hand zu halten.

5. Externe Import-Profis nutzen

Erfolgsentscheidend ist auch hier, mit welchem externen Import-Dienstleistern Sie zusammen arbeiten. Recherchieren Sie gründlich nach den besten in den jeweiligen Import-Disziplinen. Wie überall gibt es auch hier große Preis- und Leistungsunterschiede.

Beachten Sie: Die immer noch weit verbreitete „Do-it-yourself-Mentalität“ im Einkauf ist bei internationalen Geschäften vollkommen fehl am Platz.

5 wichtige Gründe für den internationalen Einkauf

1. **Mehr Wettbewerb:** Es ist immer wieder erstaunlich zu sehen, wie viele alternative Liefermöglichkeiten es gibt. Entfachen Sie den Wettbewerb. Nutzen Sie internationale Angebote als „Wachmacher“ für Ihre Haus- und Hoflieferanten.
2. **Einkaufspreise deutlich senken:** Aufgrund der im Verhältnis zu Deutschland oft extrem niedrigen Arbeits- und

Produktionskosten sind Preisreduzierungen jenseits der 30 % keine Seltenheit. Solche Kostensenkungspotenziale dürfen Sie nicht ignorieren.

3. **Neue Produkte und Verfahren:** Wahrscheinlich stoßen Sie bei Ihren intensiven Marktrecherchen auf völlig neue Ansätze und Ideen. Natürlich ergeben sich solche Ansätze erst aus einer längeren Zusammenarbeit mit einem internationalen Lieferanten.
4. **Bessere Qualität:** Das „Made-in-Germany-Denken“ ist Schnee von gestern. Qualitätsprodukte werden mittlerweile in den entferntesten Winkeln der Erde produziert. Alles andere sind Vorurteile. Natürlich gibt es auch Risiken, dies gilt aber auch uneingeschränkt für deutsche Lieferanten.
5. **Neue Vertriebswege:** So ganz nebenbei ergeben sich zusätzliche Chancen für die Absatzseite Ihrer Firma. Allein durch Ihre Suche nach neuen Lieferanten auf den Weltmärkten werden andere Firmen auf Ihre Firma aufmerksam. Nicht selten wird so mehr verkauft.

Fazit: Der globale Einkauf ist ein hervorragendes Feld, um den Einkauf strategisch neu zu formieren und enorme Leistungssteigerungs- und Kostensenkungspotenziale zu erschließen. Zögern Sie nicht – suchen Sie weltweit nach neuen lukrativen Einkaufsquellen.

Die 5 wichtigsten Importhelfer

So gehen Sie mit Importprofis schnell und einfach auf Erfolgskurs

1. **Auslandshandelskammern:** Die deutschen Auslandshandelskammern sind weltweit Anlaufstelle für alle Unternehmen, die im Ausland tätig werden wollen. In über 80 Ländern rund um den Globus betreuen 120 AHK-Büros mit mehr als 1.700 Mitarbeitern Firmen mit Interesse am internationalen Geschäftsverkehr. Es ist das größte Dienstleistungsnetz dieser Art auf der Welt. Über die Internet-Adresse www.ahk.de können Sie sich die für Sie interessanten Länder heraussuchen und erste wichtige Informationen abrufen.



The screenshot displays the AHK (Deutsche Auslandshandelskammern) website. At the top, there is a navigation bar with links: AHK STANDORTE, AHK DIENSTLEISTUNGEN, AHK NEWS, AHK EVENTS, AHK PROJEKTE, AHK PRAKTIKA, LINKS, ÜBER AHK, and a language selector (Deutsch | EN). The main content area is divided into several sections:

- AHK Standorte:** Includes an overview, a world map, and a search function for countries. A dropdown menu shows options for Algeria, Angola, and Argentina, with a link to 'Alle Standorte'.
- AHK Projekte:** Describes projects supported by the German government and lists initiatives like 'Exportinitiativen Energieeffizienz und Erneuerbare Energien' and 'Exportförderprogramm Agrar- und Ernährungswirtschaft'.
- AHK Dienstleistungen:** Features a photo of staff and the 'DE INTERNATIONAL' logo. It lists various services such as 'Geschäftspartnervermittlungen', 'Zollauskünfte', 'Kontaktrecherchen', 'Inkasso / Schlichtungen', 'Virtuelles Büro / Office in Office', 'Umsatzsteuerrückerstattung', 'Recherche von Marktinformationen', 'Firmen Gründungen', 'Rechtsauskünfte', 'Personaldienstleistungen', 'Auskünfte zum Steuerrecht', 'Messediensleistungen', and 'Fiskalvertretungen'.
- AHK Praktika:** Promotes internships abroad and lists opportunities like 'Praktika in AHKs', 'Praktika in AHKs für Wirtschaftswissenschaftler', 'Wahlstationen für Rechtsreferendare', and 'Praktika in Unternehmen, vermittelt durch AHKs'.
- Über AHK:** Explains the role of AHKs as official representatives, member organizations, and service providers for companies.

Praxis-Tipp: Die Auslandshandelskammer ist immer die erste Anlaufstation für den Einkauf, der ein neues Einkaufsland noch nicht kennt.

2. **Einkaufsdienstleister:** Für importunerfahrene Einkaufsabteilungen bietet sich der Einsatz von externen Importspezialisten förmlich an. Externe Einkaufsdienstleister für Importgeschäfte helfen Einkaufsabteilungen, neue Beschaffungsmärkte rund um den Globus zu erschließen. Zu ihrem Angebotsspektrum zählen Marktanalysen, Lieferantenmanagement, Preis- und Vertragsgestaltung, Auftragsabwicklung und Qualitätssicherungsaufgaben. Viele Einkaufsdienstleister haben sich auf bestimmte Regionen und/oder Produkte spezialisiert. 2 Beispiele für Import-Einkaufsdienstleister finden Sie unter www.spls.net und www.lang-industrieservice.de.

Praxis-Tipp: Weitere Dienstleister finden Sie unter dem Stichwort Einkaufsdienstleister in den Web-Katalogen und Suchmaschinen.

3. **Importeure:** Dies sind die ältesten Einkaufsdienstleister in Deutschland. Sie sind eine echte Alternative zu den Einkaufsdienstleistern unter Punkt 2. Weit über 30.000 verschiedene Importeure gibt es in Deutschland. Fast alle davon haben sich auf bestimmte Branchen, Produkte und Länder spezialisiert.

Viele Importeure sind Full-Service-Dienstleister und machen die eigene Importabteilung überflüssig. Sprachprobleme treten erst gar nicht auf und auch sonst ist ein Importeur mit den Besonderheiten und den Spielregeln internationaler Geschäfte vertraut.

Importeure können Sie über das Internet recherchieren. Stichwort-Beispiel: „Importeure, technische Erzeugnisse“: Eine schnellere und breitere Marktübersicht bezüglich der deutschen Importeure liefern Ihnen professionelle

Adresshändler. So hat zum Beispiel die Firma www.schober.com unter dem oben erwähnten Stichwort 40 Firmen in ihrer Datenbank.

Banken: Die Außenhandelsabteilung Ihrer Hausbank(en) ist (sind) der richtige Ansprechpartner für die Zahlungsabwicklung bei Importgeschäften. Auch wenn die Zahlungen für Importgeschäfte letztlich von der Finanzabteilung bearbeitet werden, lassen Sie sich von einem Experten der Bank persönlich unterrichten und Informationsmaterial geben.

Beachten Sie: Einkäufer, die Importgeschäfte tätigen, müssen über die Zahlungsabwicklung im Außenhandel Bescheid wissen.

4. **Logistik-Dienstleister:** Ein fachgerechter und zuverlässiger Transport ist bei Importgeschäften unverzichtbar. Die Lieferantenauswahl für den Leistungsbaustein „Logistik“ muss sehr sorgfältig erfolgen. Arbeiten Sie mit Importeuren oder anderen Einkaufsdienstleistern zusammen, können Sie von dem dort vorhandenen Know-how und den Erfahrungen profitieren. Vor der Zusammenarbeit mit unbekanntem Logistik-Dienstleistern sollten Sie Referenzen einholen und prüfen. Eine umfangreiche Liste mit Internet-Links finden Sie unter www.dvz.de.

Welches europäische Land liefert was?

Die folgende Liste zeigt Ihnen, was Sie in welchem europäischen Land kaufen können. Natürlich kann diese Liste nicht vollständig sein – es werden jedoch die wichtigsten Ausführungsprodukte der aufgeführten Länder gezeigt.

1. **Belgien:** Eisen und Stahl, Transportmittel, Traktoren, Diamanten und Erdölprodukte.
2. **Bulgarien:** Zigaretten, Stahlprodukte, landwirtschaftliche Produkte, Treibstoff, Minerale, Rohmaterialien, wichtigster Exporteur von ätherischen Ölen in Europa (Lavendel- und Rosenöl).
3. **Dänemark:** Nahrungsmittel, Maschinen und Geräte, Textilien und Kleidung, chemische Produkte, Elektronik, Möbel und andere Holzprodukte, Schiffbau.
4. **Estland:** Textilien, Holzwaren und Naturholz, Nahrungsmittel.
5. **Finnland:** Papier, Zellstoff, Schnitt- und Sperrholz, Maschinen, Elektronik, Elektrotechnik, Eisen und Stahl, chemische Erzeugnisse, Schiffe.
6. **Frankreich:** Maschinen und Transportmittel, chemische Produkte, Nahrungsmittel, landwirtschaftliche Produkte, Eisen- und Stahlprodukte, Textilien und Kleidung.
7. **Griechenland:** Fertigwaren, Nahrungsmittel, Treibstoffe, Eisen und Stahl, Aluminium, Mineralbrennstoffe.
8. **Großbritannien:** Erdöl, Straßenfahrzeuge, Fertigerzeugnisse, Nahrungsmittel, Textilien, Papierprodukte, Industrie- und elektrische Geräte, chemische Erzeugnisse, halbfertige Erzeugnisse.

9. **Irland:** EDV-Produkte, organische Chemikalien, Elektromaschinen, pharmazeutische Produkte.
10. **Italien:** Maschinen, Transportmittel, Textilien, Bekleidung, Metalle, Nahrungsmittel, Wein, chemische Produkte.
11. **Kroatien:** Maschinen und Geräte, Metalle, Bekleidung, Pharmaerzeugnisse, Nahrungsmittel.
12. **Lettland:** Holz und Holzartikel, Metall und Metallerzeugnisse, Textilien.
13. **Litauen:** Elektronik, Erdölprodukte, Fleisch- und Molkereiprodukte, Maschinen und Maschinenteile, Holz, Papier, Fertigwaren, chemische Produkte.
14. **Luxemburg:** Stahlerzeugnisse, Metalle, Maschinen, Transportmittel, chemische Produkte, Kunststoffe, Gummiprodukte, Stoffe, Kleidung, Keramik, Glas.
15. **Niederlande:** Landwirtschaftliche und ernährungswirtschaftliche Erzeugnisse, Maschinen und Transportmittel, Lebewiehe, Mineralbrennstoffe, Tabak, Erdgas, Papiererzeugnisse, chemische Produkte, Metallprodukte, Textilien und Kleidung.
16. **Norwegen:** Erdöl, Erdgas, Nicht-Eisenmetalle, Metallerzeugnisse, Informationstechnologie.
17. **Österreich:** Maschinen, elektronische Güter, Chemie.
18. **Polen:** Textilien, Bekleidung, Holzwaren, Eisen- und Stahlwaren, elektronische Erzeugnisse, Fahrzeuge, NE-Metallwaren, chemische Erzeugnisse.
19. **Portugal:** Maschinen, Kfz und Kfz-Zubehör, Bekleidung, Schuhe, Textilien, Metalle, Papier und Zellulose, Holz und Kork, Nahrungsmittel.
20. **Rumänien:** Maschinen und Transportausrüstung, Kraftfahrzeugteile, Treibstoff, Mineralien und Metalle,

chemische Erzeugnisse, Konsumgüter, Holz und landwirtschaftliche Produkte.

21. **Russische Föderation:** Erdöl und Erdölderivate, Erdgas, Rohmaterialien, Holz- und Holzprodukte, Metalle, chemische Erzeugnisse, Maschinen und Industrieausrüstung, Rüstungsgüter.
22. **Schweden:** Maschinen, Kraftfahrzeuge, Papierprodukte, Holz und Zellstoff, Halbfertigwaren.
23. **Schweiz:** Maschinen- und Ausrüstung für den Maschinenbau, Präzisionsinstrumente, Metallprodukte, Nahrungsmittel, Bekleidung, Arzneimittel, chemische Erzeugnisse, Juwelen.
24. **Slowakei:** Fahrzeuge, Maschinen und mechanische Geräte, Grundmetalle, Textilien, Plaste, chemische Produkte.
25. **Slowenien:** Bekleidung, Schuhe und Holzwaren, Papier und chemische Produkte.
26. **Spanien:** Kraftfahrzeuge, elektrotechnische Erzeugnisse, Gemüse, Südfrüchte, Obst, Kautschukwaren, Büromaschinen, Eisenwaren, Maschinen, Wein.
27. **Tschechei:** Fertigwaren, Maschinen- und Transportmittel, chemische Produkte, Mineralien und Metalle.
28. **Türkei:** Textilien, Obst, Gemüse, Eisen, Stahl, Elektrogeräte, Baumwolle.
29. **Ukraine:** Erzeugnisse der Schwarzmetallurgie, Textilien, chemische Erzeugnisse, Getreide, Fleischwaren, Konsumgüter.
30. **Ungarn:** Maschinen, verarbeitende Industrie, Nahrungsmittel und landwirtschaftliche Produkte, Rohmaterialien, Halbfertigwaren, chemische Produkte.

31. **Weißrussland:** Chemische Erzeugnisse und Produkte, Textilien, Maschinen, Ausrüstungen, Eisenwaren, Erdöl und Erdöl-Produkte, Düngemittel, Holz und Holzwaren.

5 Spielregeln für den ersten Kontakt mit internationalen Lieferanten

Wenn Sie auf neue potenzielle internationale Lieferanten gestoßen sind, ist die Kontaktaufnahme der nächste Schritt. Dieser erfolgt am besten schriftlich per Telefax oder E-Mail. Formulieren Sie Ihre Anfrage nur dann in Deutsch, wenn Sie absolut sicher sind, dass auf der anderen Seite auch Deutsch gesprochen wird. Die Handelssprache Nummer 1 ist nach wie vor Englisch. Mit Hilfe der Textbausteine in der Tabelle können Sie Ihre Standardanfrage formulieren, die den Ansprüchen der englischen Handelskorrespondenz genügt.

Beachten Sie: Verhandlungssicheres Englisch in Wort und Schrift ist Pflicht in einem modernen Einkäuferprofil.

We are indebted for your address to ... / We owe your address to ...	Wie verdanken Ihre Anschrift ...
We have seen your advertisement in ...	Wir haben Ihre Anzeige in ... gelesen.
During a visit to the Hannover Fair we saw ...	Während eines Besuchs auf der Hannover-Messe sahen wir ...
We are interested in ...	Wir interessieren uns für ...
We need ... / We require ... / We are in the market for ...	Wir benötigen ... / Wir haben Bedarf an ...
We should appreciate detailed information about ...	Für ausführliche Informationen über ... wären wir dankbar.
Please quote for ... / Please send us a quotation for ...	Bitte machen Sie uns ein Angebot über ...

Your quotation should include full information on packing, quantities and shipping weights, als well as prices, terms and probable delivery dates.	Ihr Angebot sollte vollständige Angaben über Verpackung, Mengen und Versandgewichte sowie über Preise, Verkaufsbedingungen und die voraussichtlichen Liefertermine enthalten.
Information about our company can be obtained from ... / For information on our company please refer to ... / write to ... / contact ...	Auskünfte über unsere Firma können von ... eingeholt werden.
Should you wish to make any enquiries about us, please refer to ...	Falls Sie Erkundigungen über uns einziehen möchten, wenden Sie sich bitte an ...
If we give you an order, we shall supply the usual trade references.	Wenn wir Ihnen einen Auftrag erteilen, nennen wir Ihnen die üblichen Handelsreferenzen.
If your prices are competitive / favourable / reasonable, ...	Wenn Ihre Preise konkurrenzfähig / günstig / angemessen sind, ...
If the quality of the goods is satisfactory / comes up to our expectations, ...	Wenn die Qualität der Waren zufriedenstellend ist / unseren Erwartungen entspricht, ...
If the samples find / meet with / our customers' approval, ...	Wenn die Muster (Proben) unseren Kunden zusagen, ...
... we would be prepared to place a trial order.	... wären wir bereit, einen Probeauftrag zu erteilen.
... we would be able to place substantial orders.	... wären wir in der Lage, größere Aufträge zu erteilen.
Goods of inferior quality will be	Waren minderer Qualität

returned at supplier's risk and expense.	werden auf Kosten und Gefahr des Lieferanten zurückgesandt.
As your prices are too high, we cannot consider your offer.	Da Ihre Preise zu hoch sind, können wir Ihr Angebot nicht berücksichtigen.
We cannot expect satisfactory sales unless you reduce your prices by at least 10 %.	Wir können nur dann mit einem zufriedenstellenden Absatz rechnen, wenn Sie Ihre Preise um mindestens 10 % reduzieren.
If you can oblige us with regard to the price, we shall be glad to give you an order.	Wenn Sie uns im Preis entgegen kommen können, erteilen wir Ihnen gerne einen Auftrag.

Textbausteine zur ersten Kontaktaufnahme mit internationalen Lieferanten

Der Lieferanten-Fragebogen zur Selbstauskunft

Sich schnell ein zuverlässiges Bild von einem neuen Lieferanten machen, das ist die Aufgabe des Einkäufers. Sie müssen herausfinden, ob das weitere Beschäftigen mit einem neuen Lieferanten erfolgsversprechend ist. Viele Firmen arbeiten hier mit einem Fragebogen für Lieferanten zur Selbstauskunft.

Supplier Questionnaire
Lieferantenfragebogen

General Data / Allgemeine Angaben

Adress / Adresse

Contact Person / Kontaktperson

Company
Firma

Name
Name

Street
Straße

Department/position
Abteilung/Position

ZIP code, city
PLZ, Ort

Phone no.
Telefon-Nr.

Country
Land

Fax no.
Fax-Nr.

E-mail address
E-Mail-Adresse

Company data / Firmenangaben

Sales
Umsatz

Sales in Euro
Jahresumsatz in Euro

Percentage of sales in the automotive industry
Umsatzanteil Automobilindustrie

Number of employees
Anzahl Mitarbeiter

Main products / Kernprodukte

a)

b)

c)

d)

e)

f)

g)

h)

i)

Quality system / Zertifizierungen

DIN ISO 9000...
DIN ISO 9000ff

VDA 6.1

yes, already implemented
ja, bereits zertifiziert

yes, already implemented
ja, bereits zertifiziert

no, but planned for
nein, aber geplant bis

no, but planned for
nein, aber geplant bis

no, not intended
nein, nicht geplant

no, not intended
nein, nicht geplant

QS 9000

- yes, already implemented
ja, bereits zertifiziert
- no, but planned for
nein, aber geplant bis
- no, not intended
nein, nicht geplant

TS 16949

- yes, already implemented
ja, bereits zertifiziert
- no, but planned for
nein, aber geplant bis
- no, not intended
nein, nicht geplant

Automotive customer
Automobilkunden

Country
Land

Which inquiries would you like to receive?
Welche Anfragen möchten Sie erhalten?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Stamped parts
<i>Stanzteile</i> | <input type="checkbox"/> Fine blanked parts
<i>Feinstanzteile</i> |
| <input type="checkbox"/> Turned parts
<i>Drehteile</i> | <input type="checkbox"/> Turning element and turning bas „WITOL“
<i>Grund- und Ausgleichselemente „WITOL“</i> |
| <input type="checkbox"/> Cold formed parts
<i>Kaltformteile</i> | <input type="checkbox"/> Springs
<i>Federn</i> |
| <input type="checkbox"/> Pressure diecasting parts
<i>Druckgussteile</i> | <input type="checkbox"/> Plastic parts/twin-shot parts
<i>Kunststoffteile/2K-Teile</i> |
| <input type="checkbox"/> Rubber parts/twin-shot parts
<i>Gummiformteile/2K-Teile</i> | <input type="checkbox"/> Actuators
<i>Stellmotoren</i> |
| <input type="checkbox"/> Micro Switches
<i>Mikroschalter</i> | <input type="checkbox"/> Painting of door body parts
<i>Lackierung von Türaußenteilen</i> |

Should you like to send us additional information (e.g. company brochure), please use the following address:

Wenn Sie uns zusätzliche Informationen zukommen lassen wollen (z.B. Firmenbroschüre), senden Sie diese bitte an folgende Adresse:

Es geht im ersten Schritt darum abzuschätzen, ob ein neuer Lieferant grundsätzlich interessant sein könnte. Darüber hinaus gehender Informationsbedarf kann dann im 2. oder 3. Schritt gestellt werden. Potenzielle Lieferanten müssen den Fragebogen ja nicht nur ausfüllen, sondern Sie müssen den Fragebogen auch auswerten.

5 Praxis-Tipps zur Geschäftsanbahnung im Außenhandel

1. Lassen Sie nie durchblicken – weder schriftlich noch am Telefon – dass Sie Import-Anfänger sind.
2. Fragen Sie nur die Produkte und Mengen an, die Sie grundsätzlich auch bereit sind, über den Importweg zu kaufen. Musteraufträge und Probebestellungen sind nichts Ungewöhnliches.
3. Sorgen Sie für kurze Reaktionszeiten auf die Angebote oder Antwortschreiben der internationalen Lieferanten. Versenden Sie nicht zu viele Anfragen auf einmal.
4. Starten Sie keine kostspieligen Nachfassaktionen. Von einigen Lieferanten erhalten Sie keine Antwort. Die Gründe dafür reichen von Desinteresse bis hin zur Möglichkeit, dass die Firma nicht mehr existiert. Erhalten Sie überhaupt keine Reaktionen auf Ihre Anfragen, befinden Sie sich höchstwahrscheinlich im falschen Einkaufsland.
5. Überstürzen Sie nichts. Die Vorbereitungszeit für einen Probe-Importeinkauf kann problemlos 6 Monate und länger dauern.

Beachten Sie: Prüfen Sie immer besonders gründlich die Frage, welche Produkte kommen überhaupt für einen Importeinkauf in Frage?

Andere Länder – andere (Trink-)Sitten

Alles lief nach Plan. Die deutsche Firma war sich rasch mit dem neuen Lieferanten aus China einig – dann kam das Abendessen. Die Gesprächsatmosphäre kühlte sich merklich ab, als der deutsche Einkaufsleiter nach dem ersten Schnaps keinen weiteren mehr wollte. Als er dann auch noch das Weinglas stehen ließ, trennten sich die Chinesen von ihrem neuen Geschäftspartner fast grußlos. Der Grund für dieses Verhalten: In China ist es üblich eine neue Geschäftsbeziehung mit viel Alkohol zu begießen. Da die Deutschen nicht mittranken, zweifelten sie in den Augen der Chinesen am Gelingen des zukünftigen Geschäftes. Diese Geschichte ist kein Einzelfall. Damit Sie bei Geschäftsessen und abendlichen Feiern mit neuen Geschäftspartnern nicht ins Fettnäpfchen treten, finden Sie hier einen kleinen Leitfaden:

1. **Italien:** Italienische Verkaufsleiter werden innerlich mit dem Kopf schütteln, wenn zum Mittagessen statt Wein Cola bestellt wird. Noch schlimmer ist es, wenn nach dem Essen anstelle des obligatorischen Espresso ein Cappuccino bestellt wird. Beim Abendessen halten Sie sich an die universelle Regel: **Das tun, was der Gastgeber tut!**
2. **Frankreich:** Im Weinland ist beim geschäftlichen Mittagessen Alkohol verpönt. Es wird Wasser getrunken. Ausnahme: Beim Käse ist ein bisschen Wein erlaubt. Cognacs werden in Frankreich nur nach dem Abendessen getrunken.
3. **USA:** Seien Sie auch hier beim Mittagessen vorsichtig mit Alkohol. Am besten trinken Sie Mineralwasser oder andere alkoholfreie Erfrischungsgetränke.
4. **China und Hongkong:** In weiten Teilen Asiens gilt gemeinsames Trinken als Zeichen der Völkerverständigung.

Einkaufsleiter, die keinen Alkohol mögen, haben hier schlechte Karten. Beim chinesischen Prost (Ganbei) wird ex und hopp getrunken und das Glas anschließend umgekehrt auf den Tisch gestellt.

5. **Japan:** Im allgemeinen wird bei Geschäftsessen mit japanischen Verkäufern nicht exzessiv getrunken. Natürlich werden auch beim japanischen Prost (Kampai) die Gläser in einem Zug geleert, aber beim 17 %-igen Sake ist das noch auszuhalten. Die hochprozentigen Getränke, in der Regel mit Wasser verdünnter Whisky, kommen in Japan erst spät abends auf den Tisch. Damit geht es dann auch beim Karaoke-Singen leichter voran. An der Weigerung deutscher Geschäftspartner beim Karaoke mitzusingen ist schon so manches Geschäft gescheitert.
6. **Russland:** Viele Russen genießen es, wenn sie einen deutschen Einkäufer unter den Tisch getrunken haben. Bei russischen Geschäftsessen haben Sie oft vier Gläser mit Alkohol auf dem Tisch stehen: Wodka, Cognac, Wein und Bier. Die berühmten Trinksprüche sind Pflicht: Von Einkäufern wird erwartet, dass auch sie mindestens einmal im Laufe des Abends das Glas erheben: Auf die Gesundheit oder die Freundschaft. Russische Trinkgelage können lange dauern. So lange noch volle Flaschen auf dem Tisch stehen, ist der Abend noch nicht zu Ende.
7. **Naher Osten und Saudi-Arabien:** Da der Islam offiziell Abstinenz vorschreibt, sollten Sie mit Alkohol vorsichtig sein. Orientieren Sie sich immer an Ihrem Geschäftspartner.
8. **Lateinamerika:** Trinkgelage wie in Europa oder Südostasien sind in Geschäftskreisen unüblich. Faustregel: Je nördlicher Sie in Südamerika kommen, desto mehr wird getrunken. Was in Venezuela noch als „Sundowner“ gewertet wird, gilt in Chile schon als Trinkgelage.

Praxis-Tipp: Bei extremen Klimawechseln ist grundsätzlich Vorsicht mit Alkohol anzuraten. Wie Saft schmeckende Cocktails haben schon so manchen Einkaufsmanager aus den Socken gehauen. Wurden dann vorher noch die Malaria-Tabletten geschluckt, wird das dritte Glas selten bei vollem Bewusstsein erlebt.

Der richtige Umgang mit exotischen Speisen

Besonders in Asien brauchen Einkaufsmanager einen eisernen Magen. Die Herausforderungen an den Gaumen sind vielfältig: Seegurken, Bonito-Flocken, Schnecken, Bärenatzen, frittierte Hunde- oder Hähnchenfüße. Nutzen Sie 5 praktische Tipps von erfahrenen Geschäftsreisenden im Umgang mit undefinierbarem Essen:

1. Nie fragen! Schlimmer als der Geschmack ist oft das Bewusstsein, was man gerade isst.
2. Probieren Sie alles auf dem Teller! Was Sie am leichtesten herunter bekommen, essen Sie. Außerdem ist es oft unhöflich den Teller komplett leer zu essen.
3. Kauen Sie nicht! Was glibbert und schwabbelig ist, einfach schlucken.
4. Essen Sie langsam! Mit etwas Glück räumt ein freundlicher Kellner Ihren halbvollen Teller ab.
5. Verstecken Sie den Bissen! Wenn etwas absolut nicht runter will, täuschen Sie ein Husten vor, Serviette zum Mund, hinein damit und weg. Notfalls unter den Tisch.

Trinkgeld: Ein kleiner Leitfaden für Geschäftsreisende

Es ist eine Kunst das richtige Trinkgeld zu geben – nicht zu viel (wirkt protzig) und nicht zu wenig (wirkt geizig). Die angemessene Trinkgeldhöhe ist nicht nur eine Frage des Stils sondern bleibt oft auch ein kleines Geheimnis. Hier trotzdem der Versuch eines kleinen Tip-Guides.

In Deutschland ist die Sache einfach: Mit der 10 %-Regel können Sie nichts falsch machen. In den USA sind 15 % Trinkgeld für das Personal in Restaurants seit Jahrzehnten üblich. Dieses Trinkgeld ist dort Pflicht, da viele Servicekräfte auf diesen Zusatzverdienst angewiesen sind. Sorgen Sie deshalb dafür, dass Sie immer genügend 1-Dollar-Noten in der Tasche haben.

Praxis-Tipp: Auch in anderen Ländern sollten Sie immer genügend Kleingeld in der Tasche haben.

Japan ist eine der letzten Anti-Trinkgeld-Bastionen. Hier gilt sowohl Geben als auch Nehmen als würdelos. In anderen asiatischen Ländern sind Trinkgelder üblich.

Dänische, französische oder britische Taxifahrer erwarten normalerweise kein Trinkgeld – lehnen diese aber natürlich auch nicht ab.

Im Restaurant in Österreich geben Sie dem Kellner 10-15 % der Rechnungssumme, in Griechenland sind Sie mit 5-7 % auf der richtigen Seite.

In Dänemark geben Sie maximal 5 %. In italienischen Hotels sollten Sie 1-5 Euro parat haben – je nach Hotelqualität. In der Schweiz liegt die Obergrenze bei 5 Franken und in Frankreich sind rund 3 Euro das Maß.

Dem spanischen Zimmermädchen legen sie 1-2 Euro täglich hin, in den USA nehmen sie nur Scheine, da man sonst annimmt, dass die Münzen aus der Kleidung gefallen sind.

In Großbritannien wird gerne 1 Pfund pro Tag genommen, in Österreich sind 1-2 Euro pro Tag angemessen. In Griechenland geben Sie Trinkgeld erst bei Abreise in Höhe von 1,5-3 Euro pro Tag – die Dänen halten davon überhaupt nichts.

Beachten Sie: Nehmen Sie diese Empfehlungen nicht als absolute Regeln hin. Oftmals ist die Höhe eines Trinkgeldes auch von der Situation vor Ort abhängig. Verlassen Sie sich ruhig auf Ihr Gefühl.

Einen ausführlichen Trinkgeld-Ratgeber für alle Teile der Erde finden Sie unter

<http://www.just2guide.com/tipps-infos/artikel/trinkgeld-knigge-im-ausland-guten-service-belohnen/>

Die 6 verschiedenen Rechtskreise und der sinnvolle Aufbau internationaler Kaufverträge

Fundierte Grundkenntnisse im Bereich des internationalen Vertragsmanagements sind für den weltweit agierenden Einkäufer unverzichtbar. Neben kulturellen Unterschieden zwischen internationalen Geschäftspartnern gibt es natürlich auch verschiedene Rechtsauffassungen, die aus den verschiedenen Rechtssystemen entstanden sind. Die meisten internationalen Lieferanten gehören zu einem der 6 folgenden Rechtskreise:

1. **Romanischer Rechtskreis:** Er geht zurück auf den Code Civil zu Napoleons Zeiten. Zu ihm gehören beispielsweise Frankreich, Italien, Spanien, die Benelux-Staaten und einige afrikanische Länder.
2. **Anglo-amerikanischer Rechtskreis:** Er basiert auf englischem Recht, das in seiner Entstehung durch ein extremes Fall-Recht (Richter-Recht) geprägt wurde. Hierzu gehören beispielsweise Großbritannien, USA, Indien, Australien, Kanada (außer Quebec) und einige Länder aus Afrika.
3. **Fernöstlicher Rechtskreis:** Seine Wurzeln gehen zurück in die Zeit von Konfuzius. Hierzu gehören beispielsweise, China, Taiwan, Hongkong.
4. **Islamischer Rechtskreis:** Er basiert auf dem Koran und zu ihm gehören die große Anzahl islamischer Länder in der Welt.
5. **Skandinavischer Rechtskreis:** Die Länder Dänemark, Norwegen, Finnland und Schweden haben in den 20-er Jahren ein gemeinsames vereinheitlichtes Zivilrecht aufgebaut. Das skandinavische Recht weist kaum eine Verbindung zu anderen wichtigen Rechtskreisen auf.

6. **Deutscher Rechtskreis:** Der deutsche Rechtskreis hat seine Wurzeln im römischen Recht. Auch die Schweiz und Österreich gehören zu diesem Rechtskreis.

Beachten Sie: Damit internationale Geschäfte einen einheitlicheren rechtlichen Rahmen erhalten, wurde das Übereinkommen der Vereinten Nationen über Verträge über den internationalen Warenkauf (UN-Kaufrecht) geschaffen. Das UN-Kaufrecht akzeptieren zurzeit 74 Staaten.

Das UN-Kaufrecht hat 101 Artikel und besteht aus 4 Teilen:

Teil I: Anwendungsbereich und allgemeine Bestimmungen

Teil II: Abschluss des Vertrages

Teil III: Warenkauf

Teil IV: Schlussbestimmungen

Das UN-Kaufrecht ist in arabischer, chinesischer, englischer, französischer, russischer und spanischer Sprache verfasst, wobei jeder Wortlaut gleichermaßen verbindlich ist. Die deutsche Fassung des Übereinkommens ist also nicht verbindlich. Das UN-Kaufrecht in deutscher Sprache ist eine amtliche Übersetzung für Deutschland. Den kompletten Gesetzestext des UN-Kaufrechts finden Sie im Internet unter www.fifoost.org/allgemein/cisg .

Die 11 wichtigsten Inhaltspunkte eines internationalen Kaufvertrages

1. Die Mindest-Bestandteile: Vertragsparteien, Vertragsgegenstand, Kaufpreis und Preisklauseln.
2. Die Einbeziehung von allgemeinen Geschäftsbedingungen.
3. Die Vereinbarung von Vertragsstrafen und Schadenspauschalierungen.
4. Die Regelungen für Leistungsstörungen: Verzug, Unmöglichkeit, positive Vertragsverletzung.
5. Die INCOTERMS 2010.
6. Klauseln zur Sachmängelhaftung.
7. Zahlungsvereinbarungen.
8. Eigentumsvorbehalte.
9. Gerichtsstandsvereinbarung.
10. Schiedsgerichtsvereinbarung.
11. Rechtswahlvereinbarung.

Deutsches Recht vereinbaren

Am besten ist es, internationale Lieferverträge auf der Basis des deutschen Rechts abzuschließen. Dies wird allerdings nur gelingen, wenn die Verhandlungsposition des Einkäufers gegenüber dem Lieferanten stärker ist. Sie haben die Möglichkeit, individualvertraglich das UN-Kaufrecht ausdrücklich auszuschließen – dies gilt auch für Mitgliedsstaaten, die dem UN-Kaufrecht beigetreten sind. Die Praxis zeigt, dass viele

internationale Lieferverträge auf der Basis des UN-Kaufrechts – quasi als Kompromisslösung – geschlossen werden. Wenn Sie internationale Lieferverträge abschließen, müssen Sie sich detailliert mit dem UN-Kaufrecht auseinandersetzen.

Importkalkulation: Wie Sie den Einstandspreis beim Import korrekt errechnen

So vergleichen Sie internationale Lieferanten miteinander

Bei der Importkalkulation werden zum Angebotspreis des ausländischen Lieferanten alle Kosten hinzugerechnet, die auf dem Transportweg bis zum Bestimmungsort anfallen.

Je näher also die Preisangabe beim Verkäufer (Exporteur) liegt, desto länger wird das Kalkulationsschema. Bietet der Lieferant „ab Werk“ an, so müssen Sie alle Zwischenstationen bis zu Ihrer Firma berücksichtigen. Das kann eine lange Rechnung werden und den Einstandspreis in die Höhe treiben.

Beachten Sie: Mit der Importkalkulation ermitteln Sie nicht nur die Importkosten, sondern schaffen auch einen einheitlichen Vergleichsmaßstab für alle Importangebote.

Kalkulationsschema: Importeinkauf

Produkt:

	Angebotspreis des Lieferanten	\$ _____
-	Rabatt	\$ _____
-	Skonto	\$ _____
<hr/>		
+	Transportkosten: vom Lieferanten bis zum Hafen/Flughafen	\$ _____
+	Verpackungskosten	\$ _____
+	Transportversicherung volle Deckung	\$ _____
+	Transportkosten: vom Hafen/Flughafen bis zur eigenen Firma	\$ _____
+	Hauptfrachtkosten	\$ _____
+	Kosten für Qualitäts-Zertifikate / Prüf-Protokolle	\$ _____
+	Akkreditivkosten	\$ _____
+	Finanzierungskosten	\$ _____
+	Zollkosten	\$ _____
+	sonstige Abwicklungskosten im Inland und Ausland	\$ _____
=	Einstandspreis	\$ _____

Praxis-Checkliste: Testen Sie sich!

Importgeschäfte	ja	nein
Gibt es innerbetriebliche Hindernisse?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind die in Frage kommenden Produkte ausgewählt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beherrschen Sie die englische Sprache?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie die für Ihre Firma voraussichtlich lohnendsten Einkaufsländer?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Besitzen Sie eine Adressenliste mit den wichtigsten Informationsstellen für internationale Geschäftskontakte?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind Sie mit den internationalen Handelsgepflogenheiten vertraut?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beherrschen Sie die Schritte der Importabwicklung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Können Sie eine Importkalkulation durchführen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es ein Produkt, dass sich für einen Testimport eignet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie Importeure, die Sie bei der Abwicklung von Importgeschäften unterstützen können?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Erfolgreich Verhandeln mit ausländischen Verkäufern

„Gib dem Araber niemals die linke Hand, Italiener reden gerne über Fußball, Deutsche sind ein wenig nüchtern, Japaner sind sehr professionell“ ... und, und und. Ob solche Stereotype tatsächlich immer zutreffen ist fraglich. Sicher ist, das es viele Unterschiede und landestypische Besonderheiten gibt. Beispiel Körpersprache: In Indien und Bulgarien bedeutet das Kopfnicken „Nein“.

Wenn Sie mit internationalen Verkäufern zusammentreffen, sollten Sie sich über die folgenden 13 Punkte Gedanken machen und genaue Informationen einholen:

1. Geschäftssprache
2. Pünktlichkeit
3. Kleiderregeln
4. Umgangsformen
5. Geschenke
6. Geschäftsessen und Einladungen
7. Gesprächsthemen für den Small Talk und Tabu-Themen
8. Sicherheitsaspekte in anderen Ländern
9. Visitenkarten-Rituale
10. Firmenkultur und Entscheidungswege
11. landestypische Verhandlungsregeln
12. Verträge und Rechtskreis
13. Reaktionen bei Konflikten

Verhandlungssprache Nr. 1: Englisch

Die folgenden 10 wichtigsten Tipps für die Verhandlung in Englisch kommen von der LINGUA NUA Sprachschule, Augsburg:

1. Nennen Sie Ihr Gegenüber beim Vornamen. Das ist heutzutage auch außerhalb des angelsächsischen Sprachraums üblich und wirkt freundlicher.
2. Schütteln Sie die Hand Ihres Geschäftspartners nicht so häufig, wie Sie das in Deutschland tun. Ein kurzer Händedruck zu Gesprächsbeginn reicht.
3. Smalltalk ist extrem wichtig. Er gehört zum internationalen Business-Protokoll und kann sich mit dem Wetter beschäftigen, dem Urlaub oder dem Heimatland der Geschäftspartner. Sprechen Sie niemals über Religion, Politik, Gesundheit oder die Familie.
4. Im Englischen benutzt man eher abschwächende Verben wie „might“ oder „could“ um eine positive Stimmung zu erzeugen. Vermeiden Sie „can“ oder „should“ – das kann unhöflich wirken.
5. Es ist besser, jemandem nicht offen zu widersprechen. Höflicher ist es, dem anderen – zumindest in Teilaspekten – zuzustimmen und dann einen anderen Weg vorzuschlagen.
6. Menschen, die Englisch als Muttersprache sprechen, stellen oft ihre Aussage in Frage, indem sie etwa „don't they“ anhängen. Das mag albern klingen, gehört aber zu den wichtigsten Verhaltensregeln der Geschäftssprache. Damit soll Konsens gesucht werden, anstatt Fakten zu diktieren.

7. Alle, die Englisch als Muttersprache gebrauchen, benutzen gerne zweisilbige Verben wie „call off“ für „cancel“ oder „pick up“ für „learn“. Benutzt man diese Worte auch als Ausländer, wirkt man sofort professioneller.
8. Angelsachsen kontaktieren ihre Geschäftspartner regelmäßig und sei es auch nur, um „Hallo“ zu sagen. Das gehört zur Business-Etikette.
9. Im Englischen macht man oft Witze auf eigene Rechnung. Über sich selbst lachen zu können, ist auch gut für Kundenbeziehungen.
10. Ist das eigene Englisch nicht perfekt, ist es höflich, den muttersprachlichen Gesprächspartner zu bitten, zu korrigieren, falls nötig. In der Regel wird dieser das allerdings aus Höflichkeit nicht tun.

Beachten Sie: Richtiges interkulturelles Verhandeln ist eine unverzichtbare Voraussetzung für erfolgreiche Importgeschäfte. Dieser Beitrag dient als „Appettitanreger“.

Interkulturelle Kompetenz

Kein Seminar kann Einkaufsmanagern eine komplette interkulturelle Kompetenz vermitteln. Trotzdem ist die Vorbereitung auf Verhandlungspartner aus anderen Kulturkreisen wichtig. Hier 4 Anbieter von praxisorientierten Trainings:

1. www.chinasynergy.de
2. www.ifim.de
3. www.imbdrgnann.de

Unverzichtbares Import-Know-how

Ein moderner Einkauf muss sich auf den folgenden 10 Gebieten auskennen, um Importe professionell durchführen zu können:

1. englische Sprachkenntnisse
2. internationale Handelskorrespondenz
3. Warenanfragen, Bestellungen und Kaufverträge
4. Qualitätssicherungsmaßnahmen
5. Bankmäßige Importabwicklung
6. Importdokumente
7. Zahlungsverkehr
8. Zollabfertigung
9. Warentransport/internationale Logistik
10. Preise und Kosten der internationalen Beschaffung