

IBC Newsletter



OVERVIEW

1.0 Nordamerika

Einer der wichtigsten Wachstumsmärkte der Welt

1.1 Ressourcenplanung

Planen Sie Ihre Ressourcenallokation

1.2 Marktgrösse

Verstehen Sie die wahre Grösse des nordamerikanischen Marktes

1.3 Markterkundung

Investieren Sie in gründliche Marktforschung

1.4 Unternehmensstruktur

Wählen Sie die richtige Unternehmensstruktur

1.5 Rechtliche Vorbereitung

Vermeiden Sie langwierige und teure Rechtsstreitigkeiten

1.6 Intellektuelles Eigentum

Schützen Sie Ihre Eigentumsrechte

1.7 Immigration

Visa und Arbeitsgenehmigungen

1.8 Einstellungsgespräche

Amerikanische Einstellungsgespräche

1.9 Kulturelle Unterschiede

Umgang mit kulturellen Sensibilitäten

2.0 Kontrollkriterien

Kommunikation und Führung

INVESTIEREN IN NORDAMERIKA

Nach einer Phase wirtschaftlicher Stagnation in den USA wird vielerorts die Frage gestellt: "Ist es noch sinnvoll, in diesem Markt und dieser Region zu investieren?" Eine Frage, die sich allerdings nicht fuer Kanada stellt, das quasi ungebrochen ein solides Wachstum aufweist.

Die Mehrzahl der europaeischen Firmen - nicht nur die Grossen wie Novartis, Siemens, Daimler und Aventis sondern auch mittlere Unternehmen wie Miele, Hess Maschinen und Stihl - beantwortet diese Frage mit einem klaren "Ja". Sie planen, sogar, Ihre Investition hier in den kommenden Jahren nochmals zu erhöhen.

Dafür gibt es viele gute Gründe:

Nordamerika

- ◆ ist, mit 310 Mio. überwiegend Englisch sprechender Einwohner mit hohem Durchschnittseinkommen, nach wie vor einer der wichtigsten Wachstumsmärkte der Welt
- ◆ hat ein gut funktionierendes Rechtssystem, in dem die Freiheit der Person, des Eigentums etc. verfassungsmässig verankert und garantiert sind, im Gegensatz zu manch anderen Wachstumsregionen der Welt
- ◆ ist ein Markt, in dem die Käufer sich durch grosse Offenheit gegenüber ausländischen Produkten und Ideen auszeichnen
- ◆ bietet noch immer relativ niedrige Produktionskosten und Steuersätze.

Nach wie vor gilt: Wer auf dem Weltmarkt mitspielen will, muss auch in Nordamerika präsent sein. Durch die Nafta-Verträge der 90iger Jahre bilden Mexiko, die USA und Kanada eine einzige, riesige Handelszone mit freiem Warenverkehr und 420 Millionen Konsumenten.

Die Voraussetzungen für einen erfolgreichen Start und Ausbau der Aktivitäten in Nordamerika sind derzeit so günstig wie selten zuvor:

- ◆ Steuerliche Anreize, wirtschaftliche Hilfen und beschleunigte Genehmigungsverfahren sorgen für kräftigen Rückenwind bei der Inangriffnahme von Investitionen in diesem Teil der Welt.

Natürlich darf man trotz der günstigen Umstände auch hier nicht "blauäugig" vorgehen. Ein realistischer, gut durchdachter Plan, erstellt mit Ratgebern, die den Markt kennen, hilft, Anfangsfehler zu vermeiden. "Ein Lot Planung ersetzt Tonnen der Nachsorge".



ABOUT THE AUTHOR

BERND A. ANDREAS

Ist Geschäftsführender Gesellschafter von International Business Consultants, Inc. Durch seine langjährige und erfolgreiche Tätigkeit als CEO der "Ersten Stunde" für international tätige Produktions- und Handelsunternehmen mit ist er sowohl in der europäischen, wie auch der amerikanischen/lateinamerikanischen Kultur und ihrem Geschäftsgefahren zuhause.

10 wichtige Regeln, die Sie besonders beachten sollten:

1.1 Ressourcenplanung

- Stellen Sie sicher, dass Sie die erforderlichen, finanziellen und personellen Ressourcen vorhalten, um die Investition auch längerfristig adäquat zu begleiten.

1.2 Amerika ist gross und föderal strukturiert

- Versuchen Sie nicht, den ganzen Kontinent sofort zu erobern; gehen Sie schrittweise vor und starten Sie in einer oder zwei überschaubaren Regionen (z.B. Neuengland, Grossraum Toronto oder den sogenannten "Mid-Atlantic States") und lernen sie dort die Besonderheiten des Markts gründlich kennen. Seien Sie vorsichtig bei der Bestellung eines Vertreters, der vorgibt, ganz Amerika fuer Sie abdecken zu können.

1.3 Markterkundung ist wichtig

- Erkunden Sie den Markt vorab, besuchen Sie Messen und finden Sie heraus, wer Ihre potentiellen Konkurrenten sind, wie diese ihre Produkte präsentieren und wie die Kunden damit umgehen. Stellen Sie sicher, dass Ihr Produkt leicht zu bedienen und zu warten ist. Europaeische Hersteller lieben technisch aufwändige Produkte; sie haben geschultes Personal dafür. In Amerika ist dies eher nicht der Fall.

1.4 Wählen Sie die richtige Unternehmensstruktur

- Stellen Sie sicher, dass die Unternehmensform, die Sie wählen, vom rechtlichen und steuerlichen Standpunkt aus Ihren Erfordernissen entspricht (Haftungsbegrenzung, Doppelbesteuerung etc.) Spätere Änderungen diesbezüglich sind oft nur mit viel Aufwand an Zeit und Geld durchzuführen.

1.5 Vermeiden Sie langwierige und teure Rechtsstreitigkeiten.

- Tragen Sie den unterschiedlichen Rechtssystemen Rechnung (angelsächsisches "Fall"-Recht vs. europaeisches "positives" Recht) in der Art, wie Sie Angebote, Auftragsbestätigungen, Verträge, Produktbeschreibungen etc. gestalten.. AGB's beispielsweise werden in Amerika nur in Ausnahmefällen anerkannt, Versandbedingungen wie "FOB" bedeuten in Amerika etwas Anderes als in Europa.

1.6 Schützen Sie Ihr intellektuelles Eigentum

- Schützen Sie Ihre Eigentumsrechte, wie Namen, Markenzeichen, Patente. Eine europaeische Anmeldung bietet keinen Schutz in Amerika.



1.7 Beantragen Sie die richtigen Visa und Arbeitsgenehmigungen

- Wenn Sie Ihre europäischen Mitarbeiter nach Amerika entsenden müssen Sie wissen, dass bestimmte Visumstypen nur begrenzt erneuert werden können; andere gestatten die Wahl, in welchem Land die Sozialversicherungsabgaben entrichtet werden, usw. Das ist insbesondere dann wichtig, wenn entsandte Mitarbeiter nur für kurze Zeit in Amerika bleiben sollen.

1.8 Einstellungsgespräche werden in Amerika anders geführt

- In Amerika dürfen bestimmte Fragen nicht gestellt werden (Alter, Religion, Familienstand etc.), andere dagegen müssen Sie unbedingt stellen, wenn Sie die best geeignete Person für die ausgeschriebene Stelle finden wollen.
- Die in Europa üblichen Anstellungsverträge sind weithin unbekannt; stattdessen verwendet man gewöhnlich standardisierte Fragebogen und professionell erstellte Firmenhandbücher, um gegenseitige Rechte und Pflichten zu definieren und um Arbeitsprozessen vorzubeugen.

1.9 Kulturelle Unterschiede sind von grosser Bedeutung

- Wie man mit Mitarbeitern umgeht, Kunden umwirbt, Prozessdrohungen aus dem Wege geht ist in Amerika eine Kunst für sich. Wählen sie nicht die technisch beste Person für eine Führungsposition, sondern jemanden, der mit den kulturellen Unterschieden Erfahrung hat und umzugehen weiss.

2.0 Klare Kommunikation und Führung vermeiden Krisen

- Vor allem in der Anfangsphase. Stellen sie sicher, dass Ihr Statthalter in Amerika die Philosophie des Stammhauses verinnerlicht hat und auf beiden Seiten Klarheit über die angestrebten Ziele, Wege und verfügbaren Mittel herrscht. Ebenso über Art und Umfang der Berichterstattung und die angewandten Kontrollkriterien. Kommunizieren Sie oft und regelmässig um Fehlentwicklungen frühzeitig zu erkennen. Wenn Krisen erst einmal offen zutage treten, sind sie nur schwer und mit grossem Mittelaufwand zu entschärfen.

Last, but not least, nutzen Sie die Erfahrung Anderer. Fragen Sie! Fragen Sie! Fragen Sie! Guter Rat muss nicht unbedingt teuer sein

Willkommen in Amerika, dem Land der unbegrenzten Möglichkeiten. Viel Glück mit Ihrer Investition, die umso erfolgreicher wird, je besser Sie sich vorbereitet haben!

Bernd A. Andreas

CALENDAR:

JANUARY

Introduction

MARCH

Market Research

MAY

Visa and Work Permits

JULY

Communication and Leadership

SEPTEMBER

Corporate Structure

NEWSLETTER STAFF

Bernd A. Andreas

Publisher

Dr. Klaus von Grebmer

Editor

Contributors

We would like to thank our contributors, whose efforts make this newsletter what it is.

Subscription

Please call 1-240-505-6574, or email us:

bernd.andreas@ibconsultants.org

IBC Newsletter

PO Box 60614

Potomac, MD 20859