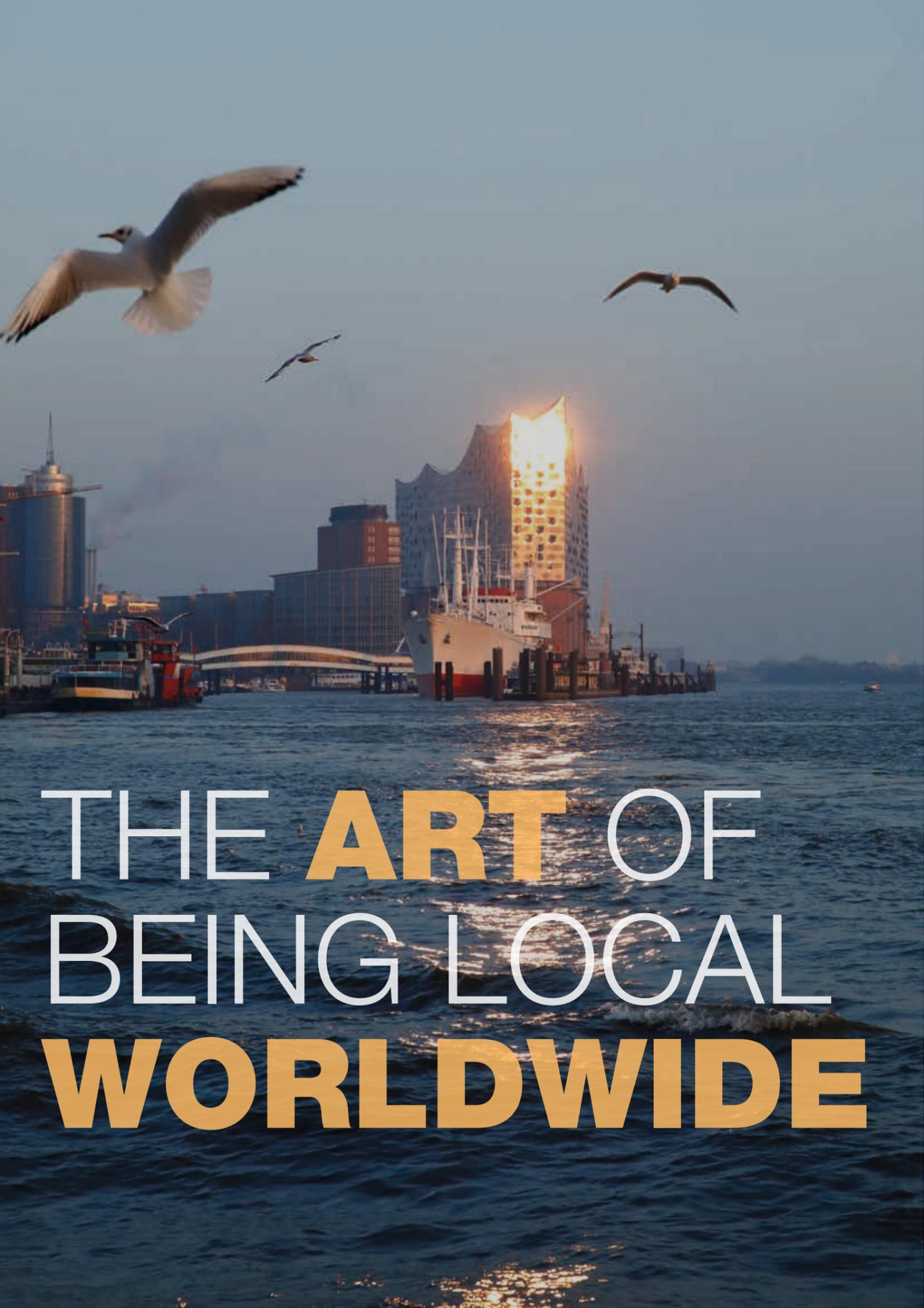

INTERGEST®
WORLDWIDE



THE **ART** OF
BEING LOCAL
WORLDWIDE



THE ART OF BEING LOCAL WORLDWIDE



WELTWEIT AKTIV, REGIONAL VERNETZT

Der deutsche Exporthandel ist ein wichtiger Motor der Wirtschaft. Neben klassischen Exportbranchen wie dem Maschinenbau oder der Automobilindustrie streben auch mittelständische Unternehmen mit steigendem Anteil auf den Weltmarkt.

Im Ausland sind erfolgsverwöhnte Mittelständler allerdings nicht immer und überall gleich Champions. Meist ist es der Erfolg im Inland, der zu einsamen und nicht hinterfragten Entscheidungen für das Auslandsgeschäft führt – oft werden schon am Anfang die Weichen falsch gestellt. Nicht selten mit fatalen Folgen.

Seit 1972 begleitet InterGest Unternehmen auf ihrem Weg ins Ausland als Lotse und Dienstleister, um die Untiefen zwischen Mentalität, Gesetzgebung, Marktstruktur bis hin zur Verwaltung souverän zu umschiffen. Mit kompetenten InterGest-Partnern in über 50 Ländern von Kanada bis Neuseeland helfen wir Ihnen, ausländische Märkte erfolgreich zu erschließen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende und informative Lektüre.

Herzlichst, Ihr

Prof. Peter Anterist, CEO InterGest



INHALT

- 06** SEIT **1972** IN DER WELT ZU HAUSE: **DIE GESCHICHTE VON INTERGEST**
- 07** WÄCHST UND WÄCHST ... **EXPORTNATION DEUTSCHLAND**
- 08** JAHRELANGE ERFAHRUNG, **EFFIZIENTE NETZWERKE UND FUNDIERTES KNOW-HOW**
- 10** STOLPERSTEINE IM AUSLANDSGESCHÄFT: **UNSERE SPEZIALISTEN HELFEN**
- 12** FUNDAMENT FÜR EINE ERFOLGREICHE EXPANSION: **GRÜNDUNG IM AUSLAND**

- 14** SCHLÜSSELPOSITIONEN: **DER AUFBAU VON VERTRIEB UND VERWALTUNG**
- 16** REDEN WIR ÜBER GELD: **RECHNUNGSWESEN UND CONTROLLING**
- 18** VERTRAUENSACHE: **PERSONALWESEN UND HUMAN RESOURCES**
- 20** MIT FINGERSPITZENGEFÜHL: **INKASSO UND DEBITORENMANAGEMENT**
- 21** UNSER SERVICE: **MEHR, ALS SIE ERWARTEN**

SEIT **1972** IN DER WELT ZU HAUSE: **DIE GESCHICHTE** VON INTERGEST



Die InterGest S.A.S. wurde 1972 von Prof. Dr. jur. Heinz Anterist gegründet. Der Name leitet sich aus der französischen Tätigkeitsbeschreibung „Gestion internationale“, also „Internationale Geschäftsführung“, ab.

Die Idee: Komplettlösungen für Unternehmen

Prof. Dr. jur. Heinz Anterist war bis 1972 als Justiziar in der Spedition Anterist & Schneider tätig. Dort erkannte er, dass exportierende Unternehmen nicht nur logistische Lösungen auf dem Weg nach Frankreich brauchen, sondern einen Dienstleister, der sich um übergreifende Belange der Unternehmen kümmern kann – über die Kernkompetenzen hinaus: Firmen-gründung, Buchhaltung, Rechts- und Steuerberatung sowie Lohn- und Gehaltsabrechnung. Die Suche nach einem solchen Dienstleister blieb erfolglos. Daher fasste er den Entschluss, selbst ein Unternehmen zu gründen, das diese Leistung erbringen kann. Die Idee der InterGest war geboren.

Kontinuierliches, weltweites Wachstum

Im Jahr 2006 erhielt er vom damaligen Bundespräsidenten Dr. Horst Köhler für die Entwicklung dieses Firmenkonzeptes und den Aufbau der weltweiten InterGest-Organisation das Bundesverdienstkreuz. 2001 übergab Prof. Dr. Heinz Anterist die Geschäftsleitung an seinen Sohn Peter. Peter Anterist ist ebenfalls Jurist und Gastprofessor an der CUFE-Universität in Peking. In den letzten 40 Jahren ist InterGest kontinuierlich gewachsen, hat ihre globale Präsenz stetig ausgebaut und deckt damit die wichtigsten Industriestandorte ab.

Dabei hat InterGest aufstrebende Märkte im Fokus und beginnt schon mit dem Aufbau einer Präsenz, wenn die allgemeinen Trends noch in anderen Regionen liegen.

KOMPETENTE PARTNER

IN ÜBER **50** LÄNDERN

BETREUEN

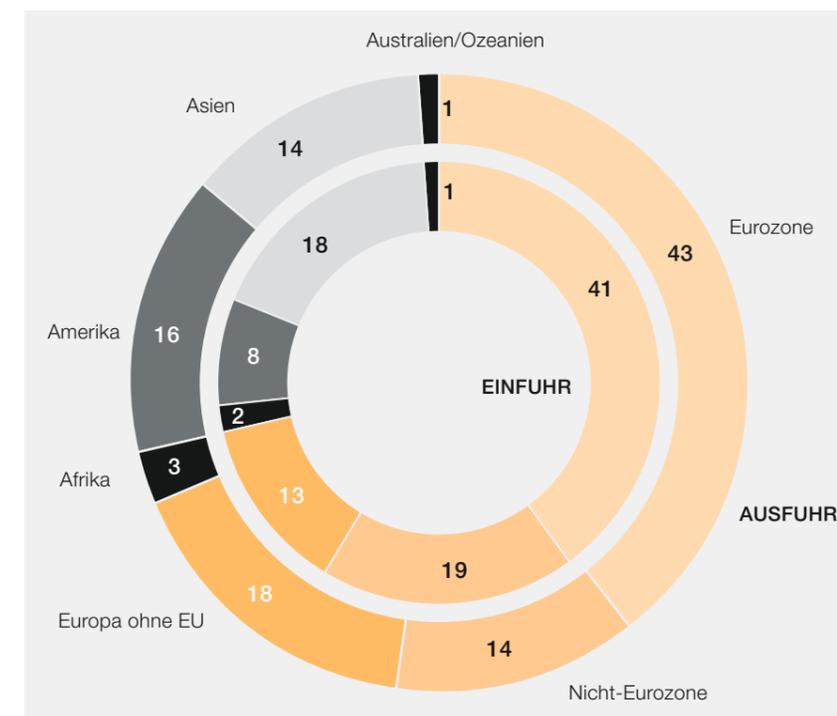
750 MITARBEITER

1.700

NIEDERLASSUNGEN
INTERNATIONALER UNTERNEHMEN

WÄCHST UND WÄCHST ... **EXPORTNATION** DEUTSCHLAND. SIND SIE AUCH MIT DABEI?

AUSSENHANDEL 2022 NACH LÄNDERGRUPPEN IN PROZENT*



Rund 70 Prozent des deutschen Warenhandels mit dem Ausland werden innerhalb Europas abgewickelt, vor allem mit den Ländern der Eurozone. Der Handel mit Asien ist mittlerweile bedeutender als der Warenverkehr mit Amerika. Afrika spielt im deutschen Auslandsgeschäft außer Südafrika und Australien/Ozeanien kaum eine Rolle. Dies spiegelt die geografischen Handelspräferenzen und Wirtschaftsbeziehungen Deutschlands wider.

*Quelle: Statistisches Bundesamt 2022, Zahlen gerundet.

DIE WICHTIGSTEN HANDELSPARTNER DEUTSCHLANDS 2022 IN MRD. EURO

AUSFUHR:

Vereinigte Staaten **156**
Frankreich **116**
Niederlande **111**
Volksrepublik China **106**
Polen **90**
Österreich **88**
Italien **87**
Vereinigtes Königreich **74**
Schweiz **70**
Belgien **61**

EINFUHR:

Volksrepublik China **192**
Niederlande **119**
Vereinigte Staaten **92**
Polen **90**
Italien **72**
Frankreich **69**
Belgien **62**
Schweiz **55**
Vereinigtes Königreich **35**
Russische Föderation **33**

JAHRELANGE ERFAHRUNG, EFFIZIENTE NETZWERKE UND FUNDIERTES KNOW-HOW AN ÜBER 50 STANDORTEN WELTWEIT

InterGest bietet eine moderne, kostengünstige und effiziente Möglichkeit, ausländische Märkte durch eine firmeneigene Organisation zu erschließen. Wir begleiten exportorientierte Unternehmen und unterstützen sie mit unseren weltweit verfügbaren Dienstleistungen bei der Gründung, Konzeption, Verwaltung bis zum Aufbau des Vertriebs ihrer eigenen ausländischen Niederlassung.

Weltweit gewachsene Kompetenz

InterGest schnürt speziell für kleine und mittlere Unternehmen stets aktuelle, kostenwirksame und flexible Leistungspakete für die effiziente Erschließung ausländischer Märkte. Das weitreichende Dienstleistungsangebot und die über Jahrzehnte gewachsene Kompetenz in den jeweiligen Zielländern bilden die optimale Basis für exportierende Unternehmen bei der Gründung und Verwaltung von ausländischen Niederlassungen, Tochtergesellschaften oder beim Direktverkauf.

Umfassend, transparent und individuell

Mit Büros an über 50 Standorten in der Welt bietet Ihnen InterGest Beratung und Service für die Erschließung ausländischer Märkte an. Das beginnt bei der Gründung und Domizilierung einer Auslandsniederlassung und reicht über die treuhänderische Verwaltung der Buchhaltung, Steuer- und Rechtsberatung bis hin zu Personalabrechnung, Controlling und Reporting. Durch das international aufeinander abgestimmte Netzwerk von Partnern weltweit verfügen wir über umfassende Kenntnisse der kaufmännischen und rechtlichen Gegebenheiten im jeweiligen Land. Die Komplexität internationalen Handels ist unser Tagesgeschäft.

Maßgeschneiderte Exportplanung

Die unternehmerische Entscheidung für den Weg in Ausland sollte im Vorfeld von allen Seiten genau beleuchtet werden. Wir helfen Ihnen bei der Planung. Wie hoch sind der finanzielle, der verwaltungstechnische und personelle Aufwand? Wie sieht die Marktsituation für Ihre Produkte im Zielland aus? Ziel Ihres Unternehmens sollte es sein, in jedem Exportland so aufzutreten und anzubieten wie die lokalen Mitbewerber. Im Idealfall wird das Produkt am Markt als regional wahrgenommen, denn jeder Kunde kauft stets zuerst im Inland, wenn er die Möglichkeit dazu hat. So setzen selbst internationale Großkonzerne in letzter Zeit zunehmend bei der Kennzeichnung von Produkten auf den Zusatz „Made im Vertriebsland“.

Jeder Markt hat seine eigenen Gesetze

Die Palette der Dienstleistungen von InterGest variiert von Land zu Land. Sie ist exakt auf die lokalen Bedürfnisse vor Ort zugeschnitten und berücksichtigt ein umfangreiches Portfolio: Rechtliche und steuerliche Vorgaben, zoll- und transporttechnische Verhältnisse, Sprache und landestypische Gewohnheiten bis hin zu profunden Kenntnissen der jeweiligen Absatzmärkte in verschiedenen Branchen.



„Business is local – drei Worte die an ihrer Richtigkeit nichts eingebüßt haben, auch dann nicht, wenn wir in einer globalisierten Welt mit unbeschränkter Transparenz leben. Wer in ein fremdes Land geht, und sei es im nahen Europa, der muss sich dort an Sprache und Mentalität anpassen, um als lokaler Anbieter angesehen zu werden.“

(PROF. DR. JUR. HEINZ ANTERIST, GRÜNDER INTERGEST)

Frankreich, Paris mit Eiffelturm

Wir begleiten Sie auf Ihrem Weg ins Ausland

InterGest stellt sicher, dass Sie mit kompetenten Mitarbeitern vor Ort den direkten Zugang zu allen notwendigen Informationen und Dienstleistungen erhalten, die der Verwaltung Ihrer ausländischen Dependance und so der kostengünstigen und effektiven Erschließung des ausländischen Marktes dienen. Wir unterstützen Sie mit einem umfassenden Leistungsangebot, gewachsenen regionalen Netzwerken und langjähriger Erfahrung im internationalen Geschäft. Was immer Ihr Vorhaben ist – länderspezifisch, regional oder global –, wir bieten Ihnen eine flexible und maßgeschneiderte Lösung für das optimale Wachstum Ihres Unternehmens in neuen Zielmärkten – damit Sie sich auf Ihre Kernkompetenzen konzentrieren können.

UNSERE GRUNDLEISTUNGEN

- Markteintrittsberatung
- Unterstützung beim Vertriebsaufbau
- Rechts- und Steuerberatung
- Gründung und Domizilierung von Tochtergesellschaften
- Buchhaltung
- Lohn- und Gehaltsabrechnung
- Zahlungsverkehr und Inkasso
- Reporting und Jahresabschluss

UNSERE SPEZIALISTEN HELFEN IHNEN ÜBER DIE **STOLPERSTEINE** IM **AUSLANDSGESCHÄFT**

Das Geschäft auf dem heimischen Markt läuft wie geschmiert. Warum sollte das im Ausland nicht genauso funktionieren? Schließlich leben wir in einer globalisierten Welt. Ist Erfolg international reproduzierbar? Sie sagen Ja? Dann lesen Sie die zwei folgenden Geschichten ...

„WER GLAUBT,
MARKETING SEI
GLOBAL, IRRT.
ES GILT, DIE
GEGEBENHEITEN
VOR ORT GENAU
ZU ANALYSIEREN.“

Reisen Sie gerne?

Haben Sie nicht auch schon mal in einem fremden Land im Hotel morgens den Fernseher angemacht, weil Ihr Zimmer erschreckend wenig Unterhaltungswert hatte und es sich besser die Zähne putzt, wenn man dabei bunte Bilder anschauen kann? Ist es nicht spannend zu beobachten, dass uns bekannte Produkte hier völlig anders beworben werden als zu Hause?

Herr Meyer aus Unna hat das offensichtlich nicht mitbekommen, was entweder daran liegt, dass er kein Fernsehen schaut, oder – wenn doch – immer bei Deutsche-Welle-TV hängen bleibt, wo natürlich keine lokale Werbung zu sehen ist. So trifft Herr Meyer die folgenschwere Entscheidung, seine Produkte – er ist Anbieter für IT-Dienstleistungen – auch im Nachbarland anzubieten. Da das Nachbarland Österreich ist, kann seiner Meinung nach sämtliche Kommunikation genauso laufen wie im deutschen Heimatmarkt. Warum auch nicht? In Österreich spricht man

doch auch Deutsch und der Lebensstandard ist mehr oder weniger derselbe.

Gesagt, getan. Herr Meyer eröffnet eine Repräsentanz in Wien, schickt einen seiner deutschen, aber Österreich-affinen Mitarbeiter rüber und lehnt sich im Marketing richtig weit aus dem Fenster. Natürlich muss man mit einer Repräsentanz auch keine eigene Firma in Österreich gründen, da reicht das Verbindungsbüro aus und man kann alles über die deutsche GmbH abwickeln und fakturieren.

Herr Meyer geht nun auch richtig in die Werbung, er schaltet Anzeigen, richtet sich an Fachzeitschriften und setzt sogar kleine Aufkleber mit der österreichischen Adresse auf seine deutschen Flyer. Alle Hebel werden in Bewegung gesetzt. Nur eins bleibt aus: der Erfolg. Irgendwie will niemand seine Firma beauftragen, obwohl hier doch ein „Made in Germany“ draufsteht und deutsche Qualitätsarbeit in der ganzen Welt gefragt ist. Was ist nur los mit den Österreichern?

Die Antwort ist ganz einfach: Nix ist los mit den Österreichern, die sind so, wie sie immer sind, und dazu gehört eine gewisse Distanz zum großen Nachbarn Deutschland. Die Erkenntnis ist so simpel wie ernüchternd: Mache in Österreich alles so wie in Deutschland und Du machst alles falsch.

Einer der größten Fehler beim Gang ins Ausland ist zu glauben, dass überall gleich kommuniziert wird, und dieser Fehler stellt sich besonders schnell ein, wenn – wie in Österreich –, vermeintlich dieselbe Sprache gesprochen wird. Wobei das nicht einmal der Fall ist. Natürlich hört sich Österreichisch zunächst einmal wie ein deutscher Dialekt an. Liest man die Zeitungen,

dann finden sich nur marginale Unterschiede in den Formulierungen. Genau diese „Kleinigkeiten“ sind es aber, die man beherrschen sollte, um nicht gleich als Deutscher und Ausländer verstanden zu werden.

Wenn Österreich nämlich eines ganz und gar nicht ist, dann ein weiteres Bundesland der Bundesrepublik Deutschland – darauf legt man in der Alpenrepublik schon aus historischen Gründen besonderen Wert. Warum sollte also ein Österreicher eine Dienstleistung bei einem Deutschen einkaufen, wenn er das auch bei einem Landsmann kann? Noch dazu zum gleichen Preis!

„BITTE KEIN BUDGET AUF DEM BIERDECKEL.“

Herr Müller ist Unternehmer von Kopf bis Fuß.

In der dritten Generation als Hersteller von Schweißgeräten und Zubehör für den Schiffbau besitzt Herr Müller ein erfolgreiches Unternehmen. Mittlerweile hat er darunter zu leiden, dass die deutschen Werften durch die starke Konkurrenz in Asien mächtig unter Druck gekommen sind. Es gilt also vorzubeugen, da der Markt ständigen Veränderungen ausgesetzt ist.

Herr Müller beschließt, seine Geräte dort anzubieten, wo Schiffe jetzt und in Zukunft gebaut werden: in Südkorea, wo mit der Hyundai Heavy Industries Co, Ltd. die größte Werft der Welt entstanden ist. Nun ist Südkorea nicht um die Ecke, es sind zwölf Stunden Flug bis nach Incheon. Man sollte auch rechtzeitig buchen, da nur drei Maschinen pro Tag ab Frankfurt dorthin fliegen und die Flüge auch recht teuer sind. Überhaupt hat Herr Müller gehört, dass Südkorea ein ziemlich teures Pflaster ist, was ihn aber nicht abschreckt. Also erst mal hin und nachschauen. Flug in der Business-class 4.000 Euro, Hotel 300 Euro ohne Frühstück und dann hat man noch nicht zu Abend gegessen. Der Unternehmer schluckt und zahlt. Er fliegt nach Incheon, schaut sich erst mal drei Tage alles an und fliegt dann weiter nach Ulsan.

Fest von der Idee gefesselt, hier Geschäfte zu machen, gründet er mithilfe eines internationalen Dienstleisters eine Firma und mietet erst mal eine Wohnung für den deutschen Techniker, der dann dort als „Expat“ tätig werden soll. Ein Spezialist in Sachen Schweißen mit sehr guten vertrieblichen Kenntnissen. Erste Produktpräsentationen sind sogar erfolgreich und der Plan wird in die Tat umgesetzt. Der Techniker erhält einen neuen Arbeitsvertrag mit Auslandszulage und zieht nach Ulsan. Die

Geräte werden den südkoreanischen Erfordernissen angepasst, die Kosten bekommen langsam eine bemerkenswerte Größe im Monatsbericht.

Herr Müller hat als Mittelständler natürlich keinen CFO, er bedient sich da traditionell der Auswertungen seiner Buchhaltung und schätzt so Pi mal Daumen ab, was da alles auf ihn zukommt. Er hat stets das Geld ausgegeben, das er verdient hat, er hat wenig Schulden bei der Bank und sein Cashflow hat die Ausgaben bestimmt. Bisher ...

Innerhalb der nächsten sechs Monate zeigt sich, dass es doch sinnvoll gewesen wäre, sich vorher über die Kosten Gedanken zu machen. Inzwischen musste der Techniker achtmal hin und her fliegen (35.000 Euro), um Probleme mit den Maschinen in den Griff zu bekommen. Die Wohnung in Ulsan kostet 2.500 Euro und das Gehalt für den Techniker 9.000 Euro pro Monat. Als nach sechs Monaten immer noch kein Auftrag zustande gekommen ist, entstehen erste Zweifel. Schließlich steht die Buchhaltung vor der Tür, um mitzuteilen, dass man jetzt leider an die Reserven muss. Inzwischen seien etwa 250.000 Euro Kosten aufgelaufen. Ein Auftrag ist nicht in Sicht. Herr Müller hat keine andere Wahl, als zu seiner Hausbank zu gehen, um dort nach einer Finanzierung zu fragen. Das entspricht überhaupt nicht seiner Geschäftspolitik.

Die Investition in neue Märkte und deren Erschließung kostet Geld, häufig viel Geld. Je weiter der Zielmarkt von der Heimat entfernt liegt, umso teurer wird es leider und jeder Unternehmer sollte sich das am Anfang einer solchen Investition bewusst machen. Natürlich ist es zu begrüßen, dass sich Unternehmer in fremde Märkte begeben, vor allem dann, wenn ihnen zu Hause die Kundschaft wegbricht und die potenziellen Kunden weit weg anzutreffen sind. Aber: Wer über den Atlantik will, der sollte vorher seinen Flieger volltanken und sich das leisten können. Es empfiehlt sich eine konservative Planung, die auch ein Worst-Case-Szenario und eine Ausstiegsstrategie beinhaltet. Auch sollte erst ausreichend Erfahrung in einem „einfachen Markt“ gesammelt werden. Wer schon erfolgreich eine Vertriebsgesellschaft in London aufgebaut hat, der hat wenigstens eine Vorstellung davon, was in Korea auf ihn zukommen kann.

Und Herr Müller. Tja, dessen Bank stand für eine Finanzierung nicht zur Verfügung. Zu gewagt, keine Kostenkontrolle, mangelhafter Businessplan, um nur einige Argumente zu nennen.

Die Texte stammen aus dem Buch „Fail in Foreign Trade – Fehler im Auslandsgeschäft“ von Peter Anterist. Mehr Informationen unter <https://www.intergest.com/news-details/fehler-im-auslandsgeschaeft-elf-sichere-wege-geld-zu-verbrennen/>

DIE **GRÜNDUNG** IM AUSLAND ALS FUNDAMENT FÜR EINE **ERFOLGREICHE EXPANSION**

Wir übernehmen für unsere Klienten sämtliche Gründungsformalitäten, wenn diese eine Niederlassung oder Tochtergesellschaft im Ausland oder weitere Niederlassungen gründen möchten.

Die Basis für ein erfolgreiches Exportgeschäft

Viele Firmen unterschätzen die ständigen Wechselwirkungen im Herkunftsland, in der Firma des Exporteurs oder im Exportland. So hat etwa die Regelung des OECD-Musterabkommens dafür gesorgt, dass es für Unternehmen heutzutage extrem schwierig geworden ist, im Ausland einen Vertrieb aufzubauen, ohne im Zielland eine Betriebsstätte zu gründen.

Betriebsstätte oder selbstständige Niederlassung?

Nachdem die Anforderungen an eine Betriebsstätte und eine selbstständige Niederlassung vom Aufwand her ähnlich sind, empfehlen wir, gleich eine selbstständige Niederlassung zu gründen. Der Weg über einen Importeur birgt hingegen mehrere Risiken: die Abhängigkeit von einer Person oder Importfirma als einzigem Kunden und der Kostenfaktor. In der Regel werden Margen fällig, die unterm Strich das Produkt verteuern und somit unattraktiv machen.

Der goldene Mittelweg: die Vertriebsniederlassung

Das wichtigste Argument für eine Vertriebsniederlassung in Eigenregie: Sie können sich mit ihren Mitteln und Vorgaben im Zielland als lokales Unternehmen präsentieren. Für den optimalen Start stehen wir Ihnen mit unseren Leistungen zur Seite. Mit einem eingearbeiteten Team, das die Landessprache und die regionalen Besonderheiten kennt, übernehmen wir alle fiskalischen und finanztechnischen Abläufe wie Buchhaltung sowie Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung. Darüber hinaus stehen wir Ihnen nach Bedarf mit weiteren Leistungen zur Seite, sei es ein konsolidiertes Reporting oder die Hilfe bei der Suche nach geeignetem Fachpersonal vor Ort.

11 GRÜNDE IM AUSLAND ZU SCHEITERN

- Sie passen Ihr Produkt nicht an die Erfordernisse des Ziellandes an.
- Sie erschließen neue Märkte „nebenbei“.
- Sie übernehmen Ihr lokales Marketing mit ins Zielland.
- Sie machen Ihr Budget auf einem Bierdeckel.
- Die Markterschließung im Ausland darf maximal ein Jahr dauern.
- Sie vernachlässigen Sprache und Mentalität im Zielland.
- Ihr Außendienst übernimmt den Vertrieb im Ausland.
- Ein Importeur übernimmt den Vertrieb im Zielland.
- Alle gehen nach China – Sie gehen mit.
- Sie gründen keine Betriebsstätten und keine Tochtergesellschaft.
- Sie verschlafen Entwicklungen, um dann in Hektik zu reagieren.



China, Downtown Shanghai

8

Wenn Sie nach China gehen, dann müssen Sie nicht nur auf die Sprache und die Schriftzeichen achten, Sie müssen auch ein Augenmerk auf die Zahlen richten, zumindest dann, wenn diese in Ihrer Firmenkommunikation von Bedeutung sind. Was viele nämlich nicht wissen: Die meisten Chinesen glauben fest an die Bedeutung der Zahlen und der Numerologie. Danach ist die 8 eine tolle Zahl, denn sie steht für Reichtum, die 4 hingegen ist absolut tabu, da sie Tod und Verderben bringen soll. In der Aussprache klingt die Zahl 4 nämlich ähnlich wie das Wort „Tod“. Unnötig zu erwähnen, dass die 4 in einem Produkt- oder Firmennamen daher nach einer Namensänderung ruft.

FALLSTRICKE „À LA FRANÇAISE“

In Frankreich sollten Sie nicht nur auf Französisch kommunizieren, Sie müssen es sogar. Das sogenannte Loi Toubon (auch spöttisch „Allgood“ genannt) verpflichtet Unternehmen zu einer Kommunikation in der französi-

schen Sprache, sogar Werbeslogans wie „Just do it“ von Nike müssen übersetzt werden. Dass das dann im Einzelfall zu recht albernen Wortkonstellationen führt, spielt für den französischen Gesetzgeber keine Rolle.

EIN EFFIZIENTER **VERTRIEB** IN KOMBINATION MIT EINER MASS- GESCHNEIDERTEN **VERWALTUNG** ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

Ein Produkt kann noch so Erfolg versprechend sein – ohne eine solide Basisarbeit im Ausland beim Vertriebsaufbau und der Verwaltung ist ein Projekt von Anfang an zum Scheitern verurteilt. InterGest unterstützt Sie vor Ort – stets maßgeschneidert auf Ihr Portfolio und die Anforderungen der Zielmärkte.

Vertriebsaufbau – ohne geht es nicht

Die richtigen Mitarbeiter und eine reibungslos funktionierende sowie kostengünstige Vertriebsorganisation sind Hauptvoraussetzung für Ihren Verkaufserfolg im Ausland. Zu unseren Dienstleistungen gehören auch Aufbau, Überwachung und Reorganisation Ihrer Vertreter- oder Vertriebsorganisation. Wir helfen Ihnen darüber hinaus auch bei der Suche und Vorauswahl von Geschäftsführern, Handelsvertretern, Agenten und Kommissionären. Um eine optimale Kommunikation mit dem Zielland zu garantieren, unterstützen wir Sie im Aufbau einer Vertreter- und Vertriebsorganisation, erstellen die Vertreterabrechnungen und übersetzen die Besuchsberichte in Ihre Muttersprache.

Die effiziente Verwaltung vor Ort

Das Dienstleistungsangebot der InterGest umfasst sämtliche verwaltende Tätigkeiten, die in Zusammenhang mit dem Betrieb einer ausländischen Niederlassung, Tochtergesellschaft, Zweigniederlassung oder Beteiligungsgesellschaft stehen: Rechnungswesen, Controlling, Personalwesen. In der ersten Phase erarbeiten wir aufgrund einer eingehenden Analyse das passende juristische und fiskalische Konzept Ihrer ausländischen Betriebsstätte. Danach wird die ausländische Betriebsstätte mit unserer Hilfe gegründet und ihre individuelle Organisationsstruktur festgelegt. In der dritten Phase wird InterGest als Treuhandgesellschaft tätig und übernimmt alle anfallenden Verwaltungsarbeiten. Unsere Klienten haben dabei jederzeit Einblick in sämtliche aktuelle Zahlen und Abläufe.

VERTRIEBSAUFBAU UND VERWALTUNG

- Gründung einer ausländischen Niederlassung
- Unterstützung beim Aufbau des Vertriebs
- Analyse juristischer und fiskalischer Konzepte
- Gründung einer Tochtergesellschaft, Zweigniederlassung oder Beteiligungsgesellschaft
- Organisationsstruktur
- Treuhänderische Verwaltung
- 100-prozentige Transparenz



„Kann man in nur einem Jahr sieben Länder gleichzeitig erschließen und dabei erfolgreich sein? Die Antwort ist Ja, aber nur wenn Sie ein börsennotiertes Unternehmen mit praktisch unendlichen Ressourcen haben.“ (PROF. PETER ANTERIST, CEO DER INTERGEST GRUPPE)

England, Westminster Bridge, London

LOKAL DENKEN UND HANDELN

Der Weg in fremde Märkte ist nicht die Kernkompetenz der meisten Unternehmen. Erschwerend kommt hinzu, dass neben fachlichen auch sprachliche und mentale Barrieren auftauchen. Wer ins Ausland geht, muss nicht nur seine Produkte an den anderen Markt anpassen, er muss auch seine Kommunikation und sein Marketing umstellen. Es bringt keinen Erfolg, ins Nachbarland zu gehen und dabei eine fremde Firma zu bleiben, die auch noch fremd aussieht und

kommuniziert. Stellen Sie sich vor, eine polnische oder auch spanische Firma mit einer polnischen oder spanischen Rechtsform würde Ihnen über ein Verbindungsbüro eine Dienstleistung anbieten, die Sie auch einen Ort weiter von einer lokalen Firma zum gleichen Preis und zur gleichen Qualität erhalten. Wo würden Sie einkaufen? Genau!

Zitiert aus und inspiriert von dem Buch von Prof. Peter Anterist „Fehler im Auslandsgeschäft – Elf sichere Wege, Geld zu verbrennen“, 3. neu bearbeitete Auflage, 2021, erhältlich bei: www.localglobal.com

REDEN WIR ÜBER GELD – ODER WARUM DAS **RECHNUNGSWESEN** UND **CONTROLLING** GERADE IM EXPORT ENTSCHEIDEND IST

Internationale Standards bei der Rechnungslegung sind nach wie vor ein Wunschtraum. InterGest bündelt alle relevanten lokalen Anforderungen mit transparenten Strukturen.

O „Wenn nach 12 Monaten eine schwarze Null in der Bilanz steht, kann man von einem vollen Erfolg sprechen.“

(PROF. PETER ANTERIST, CEO DER INTERGEST GRUPPE)

Zahlen für den Erfolg: Rechnungswesen

Trotz langjähriger Bestrebungen, international gleiche Standards für die Rechnungslegung zu finden, gibt es in fast allen Ländern unterschiedliche Rechnungslegungsvorschriften, die nicht nur bei der Erstellung der jährlichen Steuerbilanzen zu berücksichtigen sind.

Gerade größere Unternehmen buchen häufig innerhalb ihres Konzerns in US-GAAP oder nach IFRS, um ihre internationalen Gesellschaften auf möglichst unkomplizierte Weise zu konsolidieren.

InterGest wird beiden Anforderungen in vollem Umfang gerecht und erledigt Ihre Buchhaltung sowohl gemäß Ihrer Konzernanforderung als auch gemäß den lokalen Rechnungslegungsvorschriften. Zwei Jahresabschlüsse wie etwa nach IFRS und einer nach lokalen Vorschriften sind für uns tägliche Aufgabenstellung.

Vertrauen ist gut, Controlling ist besser

Wer die Verwaltung seiner Niederlassung zu treuen Händen gibt, erwartet zu Recht eine absolute Transparenz im Unternehmensreporting. In der InterGest-Zentrale in Saargemünd und bei vielen Partnern weltweit wird SAP als ERP-System eingesetzt, das über die Vergabe von Info-User-Lizenzen alle betriebswirtschaftlichen Operationen zu 100 Prozent und auf Wunsch rund um die Uhr transparent macht.

Aber auch Unternehmen, die nicht mit SAP arbeiten, erhalten von uns ein maßgeschneidertes, individuelles Reporting. Ob Sie den Einsatz Ihrer eigenen MIS-Software wünschen oder Excel-Dateien bevorzugen, ob Sie eine periodische Berichterstattung wünschen oder sich lieber über eine VPN-Verbindung selbst Einblick in Ihre Unternehmenszahlen verschaffen – von InterGest bekommen Sie die Lösung, die Sie sich wünschen.

INTERNATIONALES RECHNUNGSWESEN: UNSERE PARADEDISZIPLINEN

- US-GAAP: United States Generally Accepted Accounting Principles. US-amerikanische Rechnungslegungsmethode zur Bewertung von Vermögensgegenständen zum Markt- oder Börsenwert
- IFRS: International Financial Reporting Standards. Seit 2001 international anerkannte einheitliche Richtlinien für die Rechnungslegung von Unternehmen
- 100 Prozent Transparenz: der Einsatz von SAP als ERP-System – nach Wunsch in Echtzeit über VPN oder periodische Berichterstattung
- Reporting: nach Wunsch über MIS-Software oder Excel-Dateien
- Periodischer Überblick über sämtliche Firmenkonten der jeweiligen Landesorganisation in der Landeswährung oder jeder beliebigen Fremdwährung
- Länderübergreifender periodischer Überblick über sämtliche Konten aller ausländischen Niederlassungen in einer einheitlichen Währung nach Wahl des Benutzers (konsolidiertes Reporting)
- Länderspezifische und länderübergreifende Budgetierung sowie Soll-Ist-Vergleiche
- Periodische Betriebsabrechnungen mit Betriebsergebnis

PERSONALWESEN UND HUMAN RESOURCES SIND AUCH IM AUSLAND VERTRAUENSsache

Kompetentes Fachpersonal ist der Schlüssel zum Erfolg – gerade im Auslandsgeschäft. Wir bieten Ihnen einen umfassenden Service vom Recruiting bis zur Anmeldung bei den Behörden.

Personalmanagement ist Vertrauenssache

Die HR Services von InterGest liefern weit mehr als eine zuverlässige und pünktlich erstellte Gehaltsabrechnung nach den landesüblichen Vorschriften. Wir übernehmen für Sie im Zielland die Ausarbeitung von Arbeitsverträgen und unterstützen Sie bei Kündigungsverfahren gemäß den jeweils aktuellen lokalen Rechtsnormen. Wir erledigen die Spesenabrechnung und bringen das Know-how unserer Spezialisten vor Ort ein, wenn es um die Abstimmung und Kommunikation mit Behörden und Versicherungen geht.

Regional denken und agieren

Gerade Unternehmen, die das erste Mal den Gang ins Ausland planen, vertrauen eher auf eigene Fachleute, als Mitarbeiter im Zielland anzuwerben. Das kann im europäischen Ausland durchaus in der Anfangsphase effizient zu realisieren sein, doch bei Standorten auf anderen Kontinenten laufen die Kosten schnell aus dem Ruder (siehe rechts). Unserem Credo „be local“ folgend, unterstützen wir Unternehmen auch bei der Anwerbung und Auswahl von Fachpersonal im Ausland – um Kosten zu senken und Vertrauen zu schaffen. Hinzu kommen nicht selten bürokratische Hürden vom nationalen Arbeitsrecht bis zu Fragen der Kranken- und Unfallversicherung. Auch hier spricht einiges für die Anwerbung von Personal am neuen Standort. Unsere Partner vor Ort kennen alle arbeits- und sozialrechtlichen Regelungen bis ins Detail. Darüber hinaus helfen Sie über das internationale Netzwerk von InterGest mit langjährigen Partnern bei der Suche von kompetenten und erfahrenen Fachkräften vom Vertrieb bis hin zur Geschäftsführung der Niederlassungen.

HUMAN RESOURCES

- Unterstützung bei Recruiting und der Vermittlung von Fachkräften
- Redaktion von Arbeitsverträgen
- Kündigungsverfahren
- Spesenabrechnung
- Errechnung und Abführung der Sozialversicherung
- Anmeldeverfahren
- Abrechnung von Kranken- und Unfallversicherung
- Kommunikation mit Versicherungen und Behörden
- Höchste Transparenz durch länderübergreifendes Reporting



1

Ein „Expatriate“ kann in nur einem Jahr das gesamte Marketingbudget eines Mittelständlers verschlingen – besonders in den asiatischen Boom-Regionen. Auch hier gilt: die Ressourcen vor Ort nutzen und sich regional aufstellen.

Singapur Downtown

KOSTENFALLE „EXPATRIATES“

Am härtesten treffen die versteckten Kosten. Wer rechnet schon damit, dass der deutsche Techniker des Vertrauens ständig nach Hause fliegen muss, und zwar immer so kurzfristig, dass es nur noch teure Tickets in der Businessclass gibt? Überhaupt geht fast nichts mehr ins Geld als Expatriates, da diese neben ihrem Gehalt enorme Zulagen bekommen. Viele Unternehmen verzichten daher auf die „Expats“ und suchen vor Ort qualifizierte Mitarbeiter, die in der Muttergesellschaft ausgebildet werden. Das ist mittelfristig sehr viel billiger und keineswegs weniger erfolgreich. Im

Gegenteil: Ein Einheimischer am Markt bringt vertriebliche Vorteile. Es empfiehlt sich eine konservative Planung, die auch ein Worst-Case-Szenario und eine Ausstiegsstrategie beinhaltet. Auch sollte erst ausreichend Erfahrung in einem „einfachen Markt“ gesammelt werden. Wer schon erfolgreich eine Vertriebsgesellschaft in London aufgebaut hat, der hat wenigstens eine Vorstellung davon, was in Singapur auf ihn zukommen kann.

Zitiert aus und inspiriert von dem Buch von Prof. Peter Anterist „Fehler im Auslandsgeschäft – Elf sichere Wege, Geld zu verbrennen“, 3. neu bearbeitete Auflage, 2021, erhältlich bei: www.localglobal.com

DEBITORENMANAGEMENT UND INKASSO BRAUCHEN FINGERSPITZENGEFÜHL

Gerade auf diesem Gebiet kann viel Porzellan zu Bruch gehen. Wir helfen Ihnen, den Zahlungsfluss am Laufen zu halten.

Andere Länder, andere Sitten

Kunden im Ausland wollen in der Regel anders behandelt werden als im Inland. In anderen Ländern gelten andere Zahlungsziele, es werden teilweise in unseren Augen antiquierte Zahlungsmittel wie Wechsel angewendet. Natürlich sieht sich niemand veranlasst, die Zahlungsgewohnheiten denen des ausländischen Zulieferers anzupassen.

Mahnwesen ist Ehrensache

Meist bemühen sich Unternehmen, ihr Debitorenmanagement zentral über die Muttergesellschaft durchzuführen. Bei der Nutzung eines zentralen ERP-Systems mit Warenwirtschaftssystem erscheint dies auch auf den ersten Blick sinnvoll und kosteneffizient – es bringt jedoch auch

erhebliche Probleme mit sich. Besonders heikel kann es im Mahnwesen und Inkasso werden. In kaum einem anderen Bereich kann man so schnell Kunden verärgern und verlieren, denn in manchen Ländern ist es durchaus üblich, bereits nach zwei Wochen zu mahnen, in anderen werden überhaupt keine schriftliche Mahnungen versandt. Dort gehört es zum guten Ton, dass säumige Kunden einfach angerufen werden.

Cashflow nach regionalen Anforderungen

Unsere Aufgabe ist es, die Bedürfnisse unserer Klienten nach Liquidität mit den Zahlungsgewohnheiten ihrer Kunden in Einklang zu bringen. Hier gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, Factoring oder Diskontierung von Zahlungsmitteln sind nur zwei davon. Wir schnüren Ihnen das passende Paket.

„Der Weg in fremde Märkte ist nicht die Kernkompetenz der meisten Unternehmen. Es kommt noch erschwerend hinzu, dass neben den fachlichen auch noch sprachliche und mentale Barrieren auftauchen.“

(PROF. PETER ANTERIST, CEO DER INTERGEST GRUPPE)

Südafrika, Nelson Mandela Bridge, Johannesburg

DAS ALLES UND NOCH EIN WENIG MEHR **BIETEN WIR IHNEN AN**

ÜBER DEN TELLERRAND HINAUS

- Mehrwertsteuer-Rückerstattung
- Doppelbesteuerungsabkommen
- Verrechnungspreise
- Konzernstrukturen
- Export-Assistenz
- Internationales Franchising
- Forderungsmanagement
- Schutz geistigen Eigentums
- Beratung Marketingstrategie

InterGest liefert über das „klassische“ Portfolio hinaus umfangreiche und kompetente Unterstützung in allen Fragen, die internationale Geschäftsaktivitäten betreffen.

Darf es ein bisschen mehr sein?

Die Anforderungen an das Exportgeschäft sind so vielseitig wie die globale Vielfalt an Kulturen, Sprachen und Traditionen. Oft tauchen bei der Planung eines Exportvorhabens länderspezifische Fragen auf, die nicht über ein Standardprozedere gelöst werden können. Spätestens an diesem Punkt kommen unsere Fachleute vor Ort zum Zug und helfen mit ihrer ganz speziellen Kenntnis und Erfahrung, selbst komplexe Hindernisse aus dem Weg zu räumen.

Ganzheitliche Herangehensweise

Oberste Prämisse in unserem Handeln ist es immer, die Situation aus den unterschiedlichen Wahrnehmungen zu sehen, zu bewerten und entsprechend zu handeln. Nur so ist es möglich, auf die Komplexität im Exportgeschäft flexibel und zielorientiert zu reagieren – bevor Probleme entstehen.

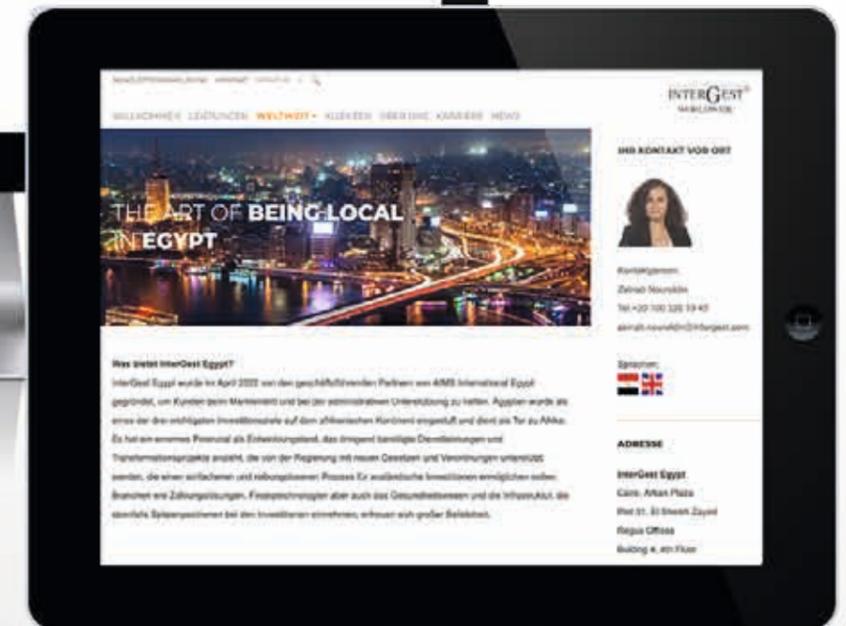
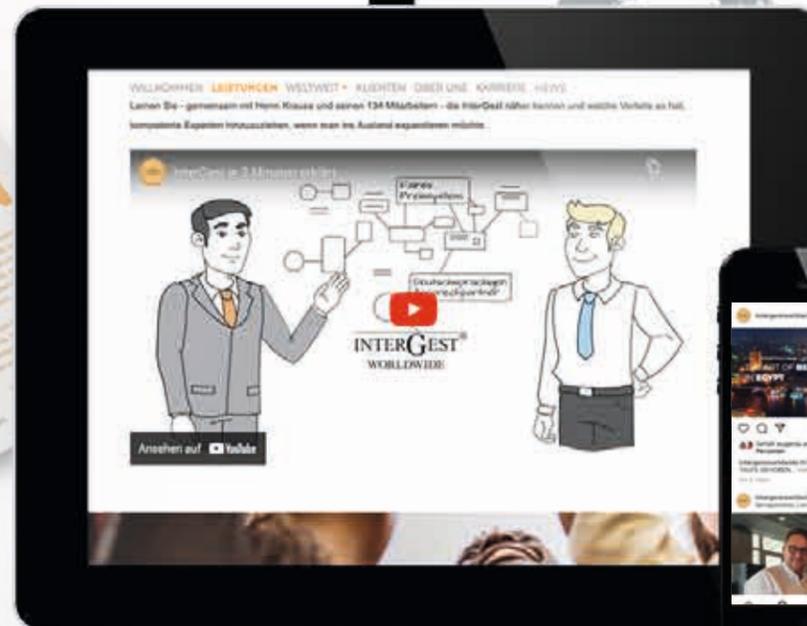
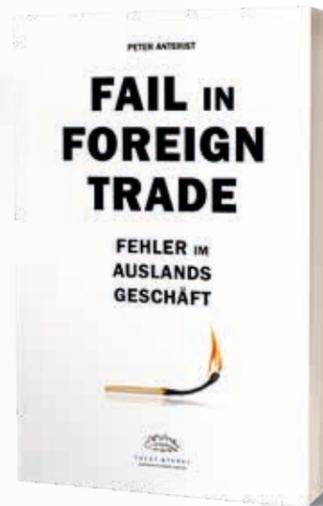
14 Klischees werden gerne belächelt, haben aber oft eine nicht zu unterschätzende Relevanz. So sollten Sie in Namibia nie vor einem Regen ein Meeting einberufen. Sobald die ersten Tropfen fallen, lassen die Einheimischen alles stehen und liegen, um den feuchten Segen mit Tänzen und einem Picknick im Familienkreis zu feiern.

12 Heilig ist vielen Südeuropäern auch die Mittagszeit. In Frankreich gilt das von 12 bis 14 Uhr. Während dieser zwei Stunden geht in der Grande Nation nichts – außer Mittagessen, bei dem aber auch nicht über Geschäftliches gesprochen wird.

Italien, Piazza del Duomo, Mailand

WIR KOMMUNIZIEREN FÜR SIE AUF ALLEN KANÄLEN

Wissen, von dem Sie profitieren: Länderflyer, regionale Investitionsführer – InterGest bietet ein breites Portfolio an Newslettern, exklusiver Fachlektüre mit aktuellen Marktanalysen, nützlichen Tipps für das Exportgeschäft bis hin zu Städteporträts unserer über 50 Partner rund um den Globus.



WWW.INTERGEST.COM



Kontakt

InterGest Worldwide GmbH

Präsident: Prof. Peter Anterist

Straßenbahnring 13

20251 Hamburg

Deutschland

info@intergest.com