



10 Dinge,
die man bei Geschäften mit Indien beachten
sollte

Deutsch-Indische Handelskammer

Citadellstrasse 12

40213 Düsseldorf

Tel: 0211 / 360597

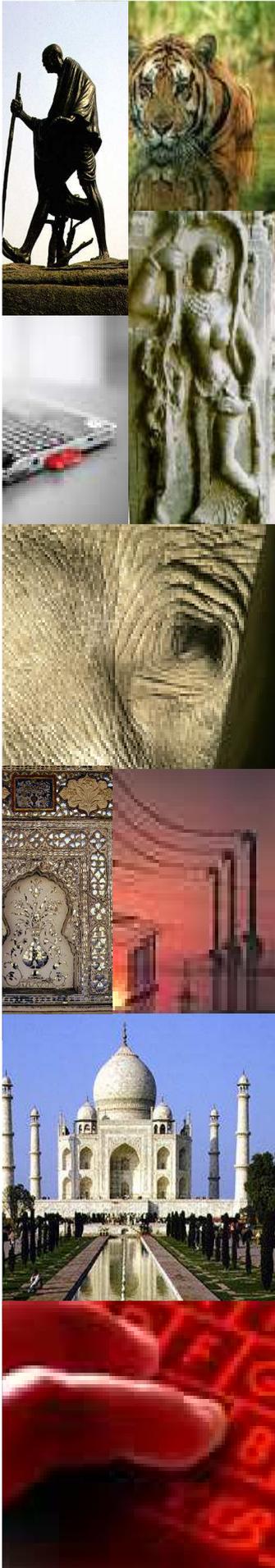
Fax: 0211 / 350287

Email: duesseldorf@indo-german.com



**INDO-GERMAN CHAMBER OF COMMERCE
DEUTSCH-INDISCHE HANDELSKAMMER**

Mumbai Delhi Kolkata Chennai Bangalore Düsseldorf

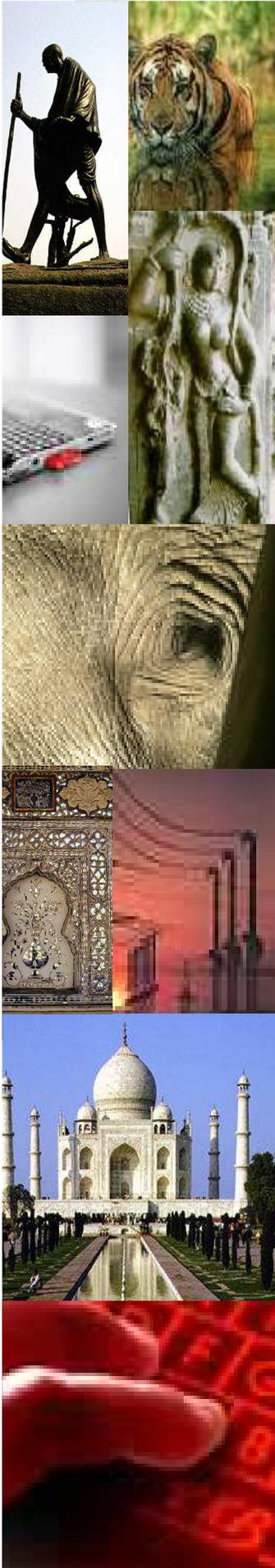


1. Die Einstellung gegenüber Indien

Deutsche Unternehmer, die die indische Wirtschaft nicht kennen, begegnen dem Subkontinent nach wie vor mit den bekannten Vorurteilen wie Armut, Überbevölkerung und Unterernährung. Indien betrachtet sich selbst nicht als armes Land und erwartet daher keine Almosen. Der Subkontinent verfügt über eine stark wachsende Industrie, die immer häufiger von internationalen Unternehmen als kompetent, ertrags- und wettbewerbsfähig erkannt wird. Der indische Dienstleistungsbereich hat speziell im Bereich der Informationstechnologie seine führende Weltmarktposition nicht nur untermauert, sondern weiter ausgebaut. Die indischen Geschäftsleute suchen nach fairen Geschäftspartnern. Diese Chance sollten deutsche Unternehmen im stark wachsenden indischen Markt wahrnehmen und sich dabei nicht von mangelnder Infrastruktur in allen Bereichen abschrecken lassen. Trotz schlechter Infrastruktur kann man in Indien gute Geschäfte machen.



INDO-GERMAN CHAMBER OF COMMERCE
DEUTSCH-INDISCHE HANDELSKAMMER
Mumbai Delhi Kolkata Chennai Bangalore Düsseldorf

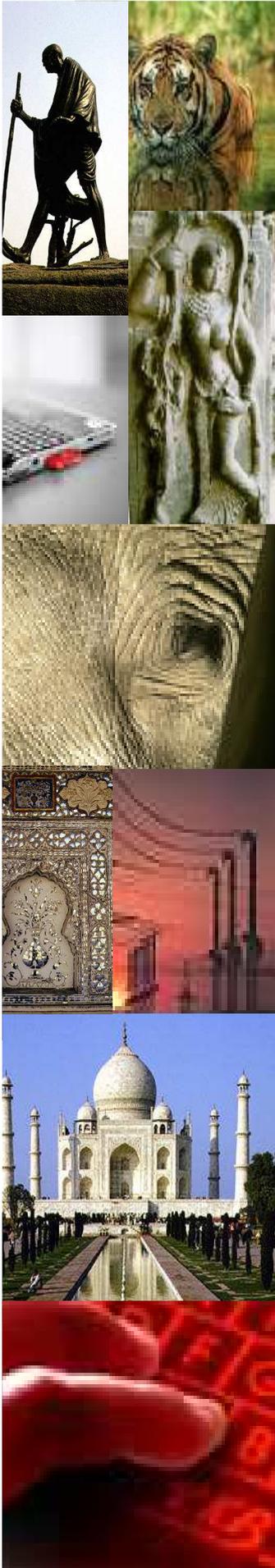


2. Zeitplanung für (erste) Gespräche großzügig vornehmen

Wer ein potentiell indisches Partnerunternehmen besucht, sollte sich die Zeit nehmen, das Unternehmen intensiv kennenzulernen. Das gefällt dem indischen Geschäftspartner, der sich über das Interesse freut und verhilft gleichzeitig zu einem Blick 'hinter die Kulissen' des indischen Unternehmens. Auf diesem Weg erhält man wertvolle Informationen über Aufbau, Struktur und Ablauf der Betriebsprozesse, die zu einer besseren Einschätzung des Unternehmens führen. Die Reisezeiten zwischen zwei Unternehmen in jeder der Millionen-Metropolen können auch auf kurzen Wegen recht lang werden. Dies ist ein Grund für häufig nicht zum vereinbarten Termin pünktlich beginnende Treffen, an die indische Geschäftsleute gewohnt sind. Viele deutsche Geschäftsleute werden dagegen von kurzfristig angekündigten Terminverschiebungen überrascht, die mitunter deren kompletten, straff durchorganisierten Zeitplan durcheinander wirbeln können.



INDO-GERMAN CHAMBER OF COMMERCE
DEUTSCH-INDISCHE HANDELSKAMMER
Mumbai Delhi Kolkata Chennai Bangalore Düsseldorf



3. Trotz gleicher Ziele unterschiedlicher Gesprächsansatz

„Warum soll ich Unternehmenszahlen liefern, wenn ich den deutschen Partner noch gar nicht kenne?“ Dieser typisch indischen Aussage steht eine typisch deutsche Aussage entgegen: „Wie kann ich denn meinen indischen Partner einschätzen, wenn ich nicht einmal seine Unternehmenskennzahlen erhalte?“ In vielen Fällen werden aufgrund fehlendem Verständnis füreinander keine Einigung und somit keine Fortführung der Gespräche erzielt. Wer jedoch diese erste Kontakthürde nehmen kann, wird sich in der Regel auf gute und fundierte Geschäftsgespräche mit kompetenten Partnern einstellen können.

4. Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser

Wurde ein erster Auftrag bei einer indischen Unternehmung platziert, sollte man mit seinen Erkundigungen hinsichtlich des Produktionsfortschrittes nicht bis zum vorgesehenen Liefertermin warten. Dies gilt insbesondere dann, wenn man selber Lieferverpflichtungen eingegangen ist, die von einer pünktlichen Lieferung aus Indien abhängig sind.



INDO-GERMAN CHAMBER OF COMMERCE
DEUTSCH-INDISCHE HANDELSKAMMER
Mumbai Delhi Kolkata Chennai Bangalore Düsseldorf



Kennt man das auftragnehmende indische Unternehmen noch nicht, ist spätestens vor Auftragsvergabe ein Besuch dort angesagt, um einerseits die verantwortlichen Personen kennenzulernen und andererseits ein Bild von Unternehmung und Produktionsbedingungen zu erhalten. Wer sich ausschließlich auf Broschüren, Internet- oder Messe-Auftritte, E-Mail-Verhandlungen, Telefonate und Faxe verläßt, möglicherweise Vorauszahlungen leistet und keine weiteren Erkundigungen über den indischen Partner einholt, sollte sich nicht wundern, wenn am vorgesehenen Lieferungstermin die bestellten Güter nicht in erforderlicher Menge und Qualität ankommen. Gerade wenn man das erste Mal bei einem indischen Partner bestellt, sollte das bestellende Unternehmen ein aktives Interesse am Produktionsprozess in Indien entwickeln. Die Verantwortlichen des indischen Unternehmens werden dies als klares Zeichen für eine partnerschaftliche und langfristige Zusammenarbeit werten.



INDO-GERMAN CHAMBER OF COMMERCE
DEUTSCH-INDISCHE HANDELSKAMMER
Mumbai Delhi Kolkata Chennai Bangalore Düsseldorf

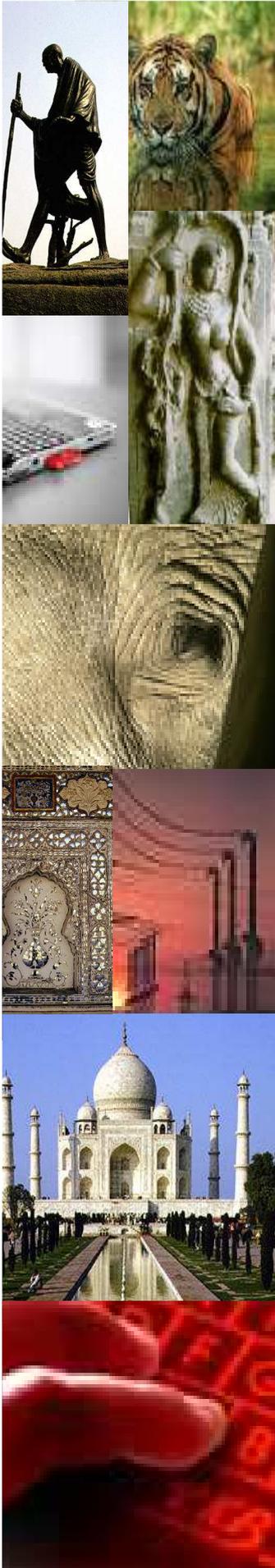


5. Persönliche Kontakte sind indischen Geschäftspartnern wichtig

Diese eindeutig vertrauensfördernde Maßnahme endet nicht selten in Einladungen zu familiären Festlichkeiten von indischer Seite. Diese sind Ausdruck von Wertschätzung und Respekt gegenüber dem deutschen Geschäftspartner. Bei Gegenbesuchen in Deutschland wünschen sich die Inder einen ebenso großzügigen deutschen Gastgeber, wie sie es auf dem Subkontinent sind. Von Zeit zu Zeit sollte man den persönlichen Einladungen als 'Freund der Familie' folgen, da sie dem Ausbau von langfristigen Geschäftsbeziehungen sehr förderlich sind. In Indien werden Geschäfte mit 'Freunden' gemacht, daher sollte eine private Einladung nicht als Aufdringlichkeit gewertet werden. Als Gastgeschenk empfehlen sich landestypische Geschenke aus der deutschen Heimat. Vorsicht ist bei Lebensmitteln geboten: Viele Inder sind Vegetarier!



INDO-GERMAN CHAMBER OF COMMERCE
DEUTSCH-INDISCHE HANDELSKAMMER
Mumbai Delhi Kolkata Chennai Bangalore Düsseldorf

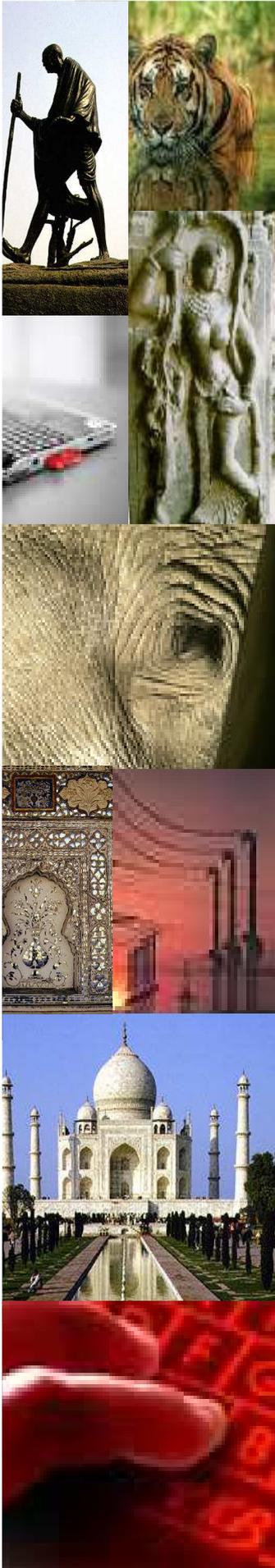


6. Eigenes Prospektmaterial und Visitenkarten in englischer Sprache

Aussagekräftige Broschüren und Visitenkarten sollten in englischer Sprache vorbereitet werden. Die Verteilung von Prospektmaterial kann zielorientiert erfolgen, bei der Verteilung von Visitenkarten sollte jedoch großzügig vorgegangen werden. Der Austausch von Visitenkarten ist in Indien ein gern durchgeführtes Ritual und unterstreicht die Bedeutung der jeweiligen Unternehmensvertreter. Für eine Indien-Reise ist daher ein ausreichendes Kontingent an Visitenkarten zu empfehlen



INDO-GERMAN CHAMBER OF COMMERCE
DEUTSCH-INDISCHE HANDELSKAMMER
Mumbai Delhi Kolkata Chennai Bangalore Düsseldorf



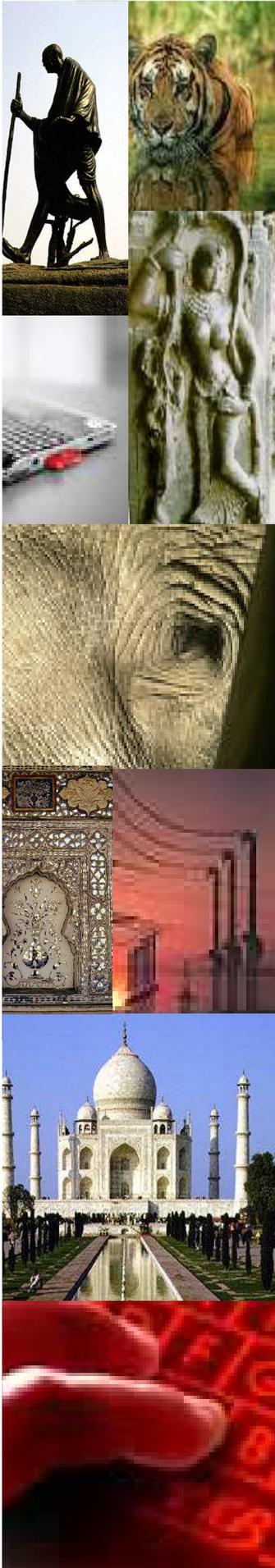
7. Den indischen Markt nicht unterschätzen

Die derzeitigen Wirtschaftszahlen und -bedingungen auf dem Subkontinent lassen auch für die kommenden Jahre Wachstumsraten erwarten, die die westlicher Märkte deutlich übersteigen werden. Wenn der indische Markt auch lange noch nicht gesättigt sein wird, bedeutet dies nicht, dass sich alle Produkte, die im Westen keinen Absatz mehr finden, mal eben in Indien verkaufen lassen. Die wachsende, konsumorientierte und finanziell gut ausgestattete indische Mittelschicht ist sehr genau über Preis-Leistungs-Verhältnisse, neue Produktmodelle und Modetrends informiert. Und die Zahl der Inder, die sich Konsum- und Luxusgüter leisten können, steigt. In absehbarer Zeit wird Indien etwa genau so konsumstarke Bevölkerungsschichten haben wie die EU in ihren 25 Mitgliedsstaaten Einwohner hat. Wer kann sich schon leisten, ein solches Potential außer Acht zu lassen?



**INDO-GERMAN CHAMBER OF COMMERCE
DEUTSCH-INDISCHE HANDELSKAMMER**

Mumbai Delhi Kolkata Chennai Bangalore Düsseldorf



9. „No Problem!“ – nur eine Absichtserklärung ohne Garantie!

Die Aussage „No Problem!“ wird von vielen deutschen Unternehmen anfangs falsch interpretiert. Man glaubt, davon ausgehen zu können, daß bestimmte, mit dieser Aussage verbundene Dinge erledigt werden. In der Realität mag dies jedoch bedeuten, daß der indische Partner noch nicht weiß, wie er ein für ihn aufgetretenes Problem lösen soll. Mit dieser Aussage wird jedoch Zeit gewonnen und der Partner 'bei der Stange' gehalten. Kaum ein indischer Geschäftspartner wird zugeben, daß er nicht in der Lage ist, bestimmte Produktionsprozesse durchzuführen oder eine vorgegebene Qualität zu erreichen. Hier zahlt sich aus, wenn das Unternehmen vorher besucht und hinsichtlich seiner Produktionsbedingungen begutachtet wurde.



INDO-GERMAN CHAMBER OF COMMERCE
DEUTSCH-INDISCHE HANDELSKAMMER
Mumbai Delhi Kolkata Chennai Bangalore Düsseldorf



10. Die Deutsch-Indische Handelskammer als Informations- und Dienstleistungsquelle nutzen

In Indien sind Informationen über nahezu alle registrierten Unternehmen erhältlich, angefangen von den rund 8.000 börsennotierten indischen Unternehmen in einem der größten und am strengsten regulierten Kapitalmärkte der Welt bis hin zu kleinen 'Private Limited' Unternehmen, über die vertrauliche Berichte angefordert werden können. Wer sich dafür an die Deutsch-Indische Handelskammer wendet, kann das Geschäftsrisiko in Indien deutlich verringern und muß sich einem indischen Geschäftspartner nicht ausgeliefert fühlen. Bei der Unternehmensgründung in Indien steht die Deutsch-Indische Handelskammer ebenso als Dienstleistungspartner zur Verfügung wie bei der Lösung der Standortfrage, bei der Personalsuche, bei Marketing- und Präsentations-Veranstaltungen sowie bei der Suche nach Handels-, Produktions- oder Vertriebspartnern in Indien. Die Deutsch-Indische Handelskammer ist zuverlässiger und sicherer Wegbereiter für Ihre geschäftlichen Aktivitäten auf dem Subkontinent!



**INDO-GERMAN CHAMBER OF COMMERCE
DEUTSCH-INDISCHE HANDELSKAMMER**
Mumbai Delhi Kolkata Chennai Bangalore Düsseldorf