



11. SEPTEMBER 2015

Die Chancen des US-Marktes nutzen

Marketing

Mittelstand

Sonderthema

USA

Keine Kommentare · Lesezeit:

Alle Welt spricht von China. Dabei bieten die besten, sichersten und konstantesten Umsatzchancen immer noch unser enger Handelspartner, die USA. Mit TTIP, oder ohne.

Die ungeheuren Chancen, die sich aus dem Freihandelsabkommen mit den USA für unsere Wirtschaft ergeben würden, geraten in der momentanen – von teilweise irrwitzigen Phantomdiskussionen wie um das „Chlor-Huhn“ geprägten – Debatte leider zusehends in den Hintergrund. Das ist zu bedauern, ändert aber nichts daran: In den USA wird nach wie vor von deutschen Unternehmen viel Geld verdient.

Daran wird sich auch nichts ändern, denn allen Unkenrufen zum Trotz bleibt der US-Markt auch langfristig ein starker und stabiler Markt. Dafür spricht alleine schon seine stabile Bevölkerungsentwicklung, aber vor allem die ungebrochene Dynamik und Schaffenskraft, sowie die einzigartige Konsumfreudigkeit, die die Amerikaner prägt.

Chancen für den Mittelstand

Das bietet geradedem Mittelstand große Chancen. Während beispielsweise die US-Exporte nach Deutschland in den letzten vier Jahren bei rund 49 Milliarden US-Dollar konstant blieben, sind die deutschen Ausfuhren nach den USA von 89,4 auf 123,2 Milliarden US-Dollar angewachsen. Auch, wenn man hierbei Sondereffekte wie den schwachen Euro herausnimmt: Deutsche Unternehmen, Produkte und Marken kommen gut an bei den Amerikanern. All dies eröffnet dem Mittelstand großartige Perspektiven, auf dem US-Markt Fuß zu fassen. Aber wie? Was sollte man beachten?

Kolumne



Newsletter Anmeldung

Melden Sie sich an für die kostenfreie Deutschland-Mail mit den neuesten Impulsen und Ideen für Deutschland.

Ihre E-Mail Adresse

Anmelden

Veröffentlichungen und Studien

03. September 2015

China-Telegramm 4-15

China DCW



Das China-Telegramm ist eine gemeinsame Publikation der DCW und der IHK Köln in Zusammenarbeit mit den deutschen Industrie- und Handelskammern. Es erscheint...
Weiterlesen...

03. September 2015

Die 30 größten US-Arbeitgeber in Deutschland

AmCham Arbeitgeber Industrie USA



Der größte Arbeitgeber unter den US-Firmen in Deutschland ist McDonald's Deutschland mit 60.000 Mitarbeitern (Schätzung, inklusive Franchise) vor

der...
Weiterlesen...

03. September 2015

Die 50 umsatzstärksten US-Unternehmen in Deutschland

AmCham Industrie USA



Ford ist umsatzstärkstes Unternehmen mit amerikanischem Kapital in Deutschland. Der Autobauer hat 2014 seine Umsätze gesteigert und 17,47

Mrd. Euro Umsatz in...
Weiterlesen...

Aus meiner über 30-jährigen Erfahrung bei der Begleitung des US-Markteintritts von mehr als 100 deutschen Unternehmen, hat sich bei mir vor allem diese Erkenntnis durchgesetzt: Deutsche Unternehmer und Manager schätzen den Markt meist völlig falsch ein.

Bürokratischer, als man erwarten würde

Beginnen wir hiermit: Die USA sind zwar das Land der Freiheit, aber viel bürokratischer, als viele es erwarten würden. Um nur einige Beispiele zu nennen: In den USA hat man es mit tausenden an einzelner Mehrwertsteuersätzen zu tun, die in den einzelnen Bundesstaaten angemeldet und verwaltet werden müssen. Oder: Jedes kleine Zwischenlager kann als Niederlassung erfasst werden und erfordert somit eine eigene Steuererklärung im entsprechenden Bundesstaat. Dies sind nur zwei kleine Beispiele, die zeigen, dass man sich bei seinem Markteintritt in vielen Bereichen auch auf mehr Bürokratismus und administrativen Aufwand einstellen muss, als man ihn hierzulande kennt. Deutlich unproblematischer hingegen verhält es sich mit den berühmt-berüchtigten „Millionen-Dollar-Klagen“ bei Produkthaftungen. Ja, es gibt vereinzelt diese aufsehenerregenden Urteile, aber in der Praxis ist in meiner ganzen Zeit in den USA nicht ein einziger derartiger Fall bei den von mir betreuten Unternehmen vorgekommen.

Zweite Fehleinschätzung: Das gemeinhin gepflegte Klischee der „kulturlosen, engstirnigen Amerikaner“ hat mit der Wirklichkeit nichts zu tun. Man hat es in den USA mit einem äußerst vielschichtigen Land zu tun, und dementsprechend mit Menschen jeder Art. Gehen Sie davon aus, dass Sie beispielsweise in Metropolen wie Atlanta oder New York mit hochgebildeten, interessierten Gesprächspartnern zu tun haben. Hüten Sie sich, Ihrerseits davor den Amerikanern mit engstirnigen Vorstellungen entgegenzutreten. Im Gegensatz zu exotischeren Märkten in Fernost können die durchaus bestehenden kulturellen Unterschiede mit den USA schnell unterschätzt werden.

Qualität wird schon vorausgesetzt

Jeder deutsche Unternehmer, der in die USA expandieren will, kann von einer grundsätzlich sehr positiven Einstellung gegenüber deutschen Geschäftspartnern, deutschen Produkten und deutschen Tugenden ausgehen. Das ist eine sehr gute Basis, aber führt mich zugleich zur dritten, oft erlebten Fehleinschätzung: Einer gewissen Arroganz deutscher Unternehmer und Manager zu meinen, mit Qualität „Made in Germany“ habe man bereits den Markterfolg in der Tasche. Dabei wird Qualität in den USA schon vorausgesetzt. Auf den Service kommt es an! Mein erster Ratschlag für den Aufbau des US-Geschäfts lautet daher: Auf den Markt hören und lernfähig sein! Um dies zu leisten müssen Sie vor Ort mit einer Tochtergesellschaft vertreten sein. Die USA bieten dann alle Chancen für „Big Business“.

Lesen Sie auch: [Die 10 größten Fehler, die Sie bei USA-Geschäften machen können](#)

Kontakt

Gerd W. Kichniawy

Geschäftsführer des USA-Experten gatc LP
Bolkerstraße 54
40213 Düsseldorf
gerd.kichniawy@gatcpl.com
www.gatcpl.com

[Übersicht aller Studien](#)

[Meist gelesene Artikel](#)

Mehr Mut zu Unternehmertum

DDW TV: Die 500 größten Familienunternehmen Teil 2

DDW TV: Die 500 größten Familienunternehmen Teil 1

Die 30 größten Familienunternehmen in Bayern

Die 15 größten Industriedienstleister in Deutschland