

Vertriebspartner in Frankreich finden

07.12.2012, 11:10 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *DDFB - Die Deutsch-Französische Beratung*

Egal für welche Möglichkeit sich ein exportierendes deutsches Unternehmen entscheidet, um seine Präsenz in Frankreich zu etablieren, eines ist sicher: Die Qualität des Agenten, Vertreters, Importeurs oder Distributors ist der Faktor, der bestimmt, ob diese von Erfolg gekrönt oder zum Scheitern verurteilt sein wird.

In der Regel werden in Frage kommende Mitarbeiter nach folgenden, klassischen Auswahlkriterien beurteilt: Wie sind die Kenntnisse über den Markt und dessen Akteure und welche unternehmerischen Qualitäten sind vorhanden. Meist geht man davon aus, dass ausreichende Sprachkenntnisse sicher zu stellen vermögen, dass ein Mitarbeiter auch ein erfolgreicher Repräsentant im Ausland sein wird.

Hierbei wird der Aspekt der interkulturellen Kompetenz vernachlässigt, der sich aber häufig als Schlüsselfaktor für einen dauerhaften Erfolg bei einem Engagement in Frankreich erweist. Hinter diesem Begriff verbirgt sich die Gabe, eine reibungslose Kommunikation herzustellen zwischen zwei Partnern unterschiedlicher Herkunftsländer. Dazu muss der Betreffende die wesentlichen Unterschiede in Rhythmus, Mentalität, Managementstil, Struktur und Prozesse in Frankreich und Deutschland nicht nur kennen, sondern verinnerlicht haben. Fremdsprachenkenntnisse auf verhandlungssicherem Niveau reichen in der Regel nicht aus; nachweisbare Verankerung des Kandidaten im operativen Geschäft auf beiden Seiten des Rheins sind unabdingbar.

Es gibt mehrere Wege diesem Thema zu begegnen. Empfehlenswert ist es, sich im Vorfeld zur Personalsuche auch Gedanken zum Thema interkulturelle Kompetenz zu machen und dieses Kriterium mit in das betreffende Stellenprofil aufzunehmen. Entweder beauftragt das Unternehmen einen externen, auf den deutsch-französischen Kontext spezialisierten Dienstleister, der auch diese Kompetenz wirklich bewerten kann und die Selektion übernimmt oder aber er lässt sich zumindest bei der Beurteilung der eingegangenen Bewerbungen beraten. Dieser „präventive“ Ansatz ist der Garant dafür, dass ein exportierendes Unternehmen auf einen Mitarbeiter bauen kann, der sowohl die Belange der deutschen Mutterfirma vertreten wie auch die Interessen der französischen Geschäftspartner, Kunden und/oder Agenten verstehen kann.

Portrait

Die Deutsch-Französische Beratung GmbH hat ihren Sitz in München und associated Consultants in Paris, Toulouse, Aix-en-Provence. Unser dreisprachiges, multikulturelles Team verfügt über langjährige Erfahrung im operativen Geschäft auf beiden Seiten des Rheins. Wir unterstützen deutsche, schweizerische sowie französische Unternehmen in der Entwicklung und Optimierung ihrer Geschäfte mit dem Nachbarland. Wir führen Projekte in den Bereichen Erneuerbare Energien, Automotive, IT, Mobile Dienste, Luftfahrt, Maschinenbau, Lebensmittel- und Getränkeindustrie, sowie Lifestyle durch.

Unser Leistungsspektrum umfasst:

- ? Suche nach Kunden und Vertriebspartnern, Begleitung bei Terminen bzw. auf Messen, ggf. Vertretung in Deutschland
- ? Marktstudien, Business-Modell Berechnung
- ? Unterstützung bei der Niederlassung im Nachbarland
- ? Suche nach deutsch-französischen Profilen, multikulturell und dreisprachig

? Training und Coaching zur Interkulturellen Handlungskompetenz

Wir bieten diese verschiedenen Dienstleistungen aus einer Hand an. Mit diesem integrierten Konzept lassen sich für unsere Kunden Zeit und Kosten sparen, bei erstklassigem Service.

News-ID: 684948 • Views: 583 (Stand: 28.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/684948/Vertriebspartner-in-Frankreich-finden.html>