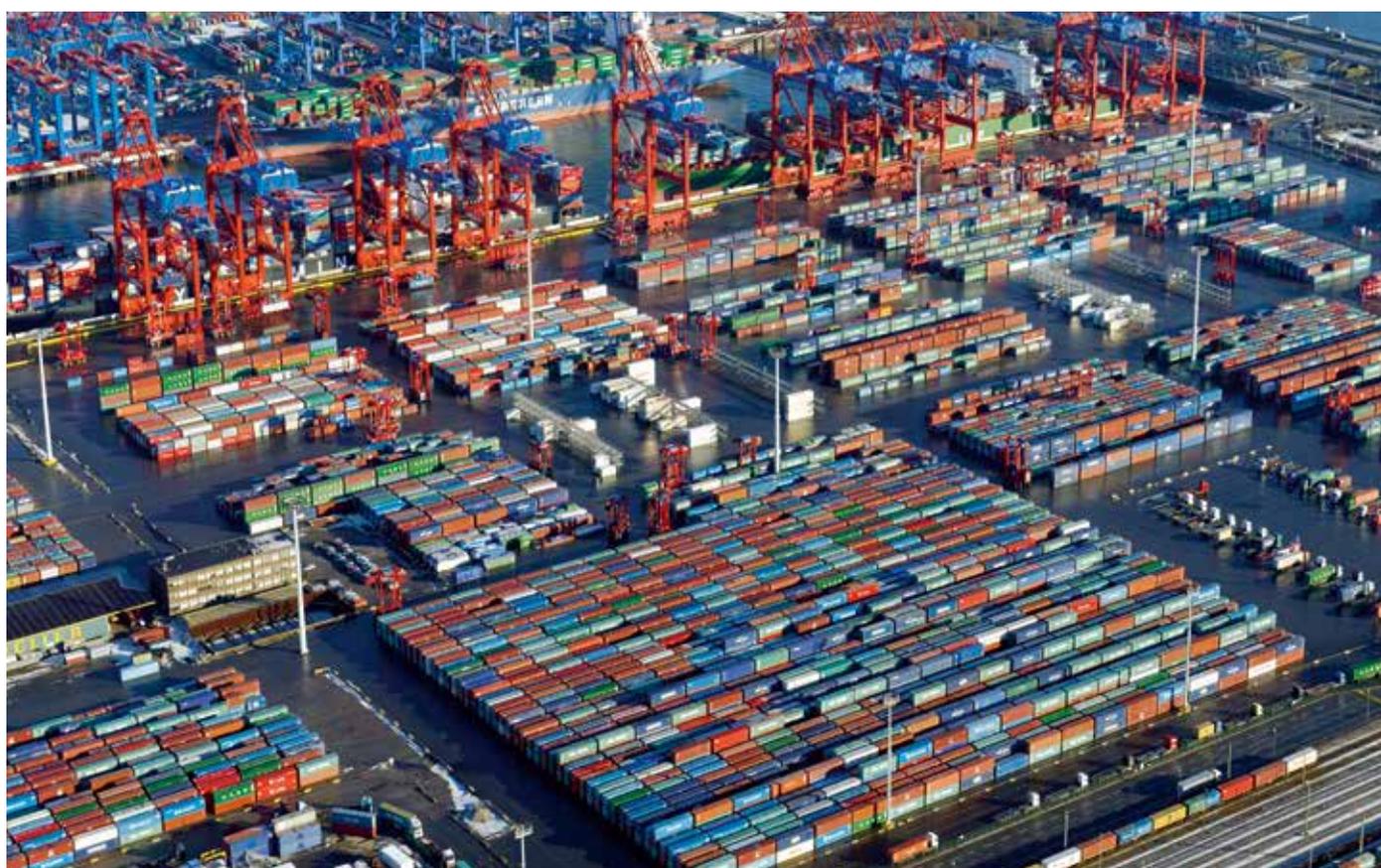


Ein kurzer Überblick zu den Vertriebsformen im Ausland

Wer den Vertrieb seiner Produkte im Ausland organisieren will, hat mehrere Möglichkeiten

Zahlreiche Schweizer KMU sind auch im Ausland aktiv. Gründe dafür sind unter anderem die kleine Grösse des Schweizer Marktes, der Druck von Kunden oder der Wunsch nach Wachstum. Bei einer Expansion ist es zentral, ein für das geplante Auslandsgeschäft geeignetes Vertriebssystem zu wählen. Die Möglichkeiten sind vielfältig.



Eurogate Containerterminal in Hamburg: Für Exporteure ist neben der Logistik auch der rechtliche Rahmen von grosser Bedeutung. Bild: Keystone

Von Martina Wüthrich,
lic. iur., Rechtsanwältin

Je nach Exporterfahrung, Art der Produkte oder Dienstleistungen und dem Zielmarkt bieten sich verschiedene

Vertriebswege an. So sind beispielsweise eine Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern vor Ort im ausländischen Markt oder auch die Gründung einer ausländischen Filiale oder Tochtergesellschaft denkbar.

Vertriebspartnerschaften

Es gibt verschiedene Arten von Vertriebspartnerschaften. Ein Vertragshändler (Importeur) verkauft beispielsweise unter seinem Namen und auf seine Rechnung die Produkte des Her-

stellers. Das heisst, er kauft ein, um wieder zu verkaufen, wobei sein Gewinn in der Marge zwischen Verkaufs- und Einkaufspreis liegt. Oft übernimmt er neben der Handelsfunktion auch die Lagerhaltung und den Kundendienst und vertreibt die Produkte, je nach Vereinbarung, mit einer eigenen Aussendienstorganisation. Durch den Abschluss eines Alleinvertriebsvertrages wird dem Alleinvertriebspartner (zusätzlich zum gewöhnlichen Vertragshändler) eine Exklusivität auf einem bestimmten Gebiet eingeräumt, wobei ihm im Gegenzug eine Bezugs- und Verkaufsförderungspflicht trifft.

Neben dem (Allein-)Vertriebsvertrag kann der Vertrieb im Ausland auch über den Abschluss eines Agenturvertrages erfolgen. Der Agent wird als selbstständiger Gewerbetreibender damit beauftragt, für den Hersteller Geschäfte zu vermitteln oder in dessen Namen und auf dessen Rechnung abzuschliessen. Je nach Abmachung erhält der Agent als Gegenleistung Provisionen, eine umsatzbezogene Prämie oder einen Fixbetrag. Aus wirtschaftlicher Sicht hat der Agent wesentlich weniger Freiheiten als ein Alleinvertriebspartner oder Vertragshändler.

Der Vorteil einer Vertriebspartnerschaft ist sicherlich die Kundennähe des Vertriebspartners sowie das relativ geringe finanzielle Risiko des Herstellers. Hingegen bringt die Vertriebspartnerschaft natürlich eine gewisse Abhängigkeit von den Vertriebspartnern und eine geringere Kontrolle des Absatzes mit sich, weshalb eine erfolgreiche Kooperation vor allem von der Beziehung zum Vertriebspartner abhängig ist.

Franchising

Franchising ist, neben den Vertriebspartnerschaften, eine weitere Form der vertikalen Kooperation. Der Franchisenehmer erhält die Möglichkeit, Waren und Dienstleistungen des Franchisegebers in eigenem Namen und auf eigene Rechnung, aber nach einem vorgegebenen, einheitlichen Absatzkonzept herzustellen und zu vertreiben. Als Gegenleistung zahlt der Franchisenehmer eine Gebühr. Das Franchisesystem ähnelt dem Alleinvertriebsvertrag, wobei der Alleinvertreter mit seiner eigenen Firma am Markt auftritt, während der



*Lic. iur. Martina Wüthrich, Rechtsanwältin,
Muri Rechtsanwälte AG, Weinfelden.*

Franchisenehmer das Systemzeichen des Franchisegebers verwendet.

Joint-Ventures

Der Vertrieb kann ebenfalls über einen Joint-Venture-Vertrag mit einem ausländischen Partner erfolgen. Die Möglichkeiten, eine solche Zusammenarbeit zu regeln, sind sehr vielseitig. Denkbar ist beispielsweise die Herstellung und Lieferung von Halbfabrikaten zwischen zwei Firmen, ein Austausch von Forschungsergebnissen und allenfalls deren Verwertung, die gemeinsame Planung und Erstellung eines Werks oder die gemeinsame Durchführung eines Projekts. Die juristische Einordnung von Zusammenarbeitsverträgen ist nicht einfach, häufig wird aber mangels entsprechender Abrede ein einfaches Gesellschaftsverhältnis begründet. In diesem Fall muss der solidarischen Haftbarkeit der Beteiligten besondere Beachtung geschenkt werden.

Lizenzverträge/Technologietransfer

Durch den Abschluss eines Lizenzvertrages verpflichtet sich der Lizenzgeber, dem Lizenznehmer das Recht zur Benutzung eines gesetzlich oder faktisch geschützten Immaterialgutes (beispielsweise Patente, Muster und Modelle, Designs, Marken, Urheberrechte, Fabrikationsgeheimnisse oder Know-how etc.) einzuräumen. Der Lizenznehmer zahlt im Gegenzug eine Vergütung (Lizenzgebühr). Der Lizenz-

vertrag wird für den Schweizer Exporteur vor allem dann interessant, wenn es sich nicht mehr rechnet, seine Produkte im Inland herzustellen und er auch keine eigene Produktionsstätte im Ausland aufbauen will. Teilweise legen Länder, vor allem in der dritten Welt, auch Wert darauf, dass die Produktion innerhalb der eigenen Staatsgrenzen erfolgt.

Tochtergesellschaften im Ausland

Im Gegensatz zum Vertrieb durch Dritte bringt die Gründung einer Tochtergesellschaft im Ausland eine erhöhte Selbstständigkeit und eine nachhaltige Präsenz auf dem ausländischen Markt mit sich. Neben diesen Vorteilen dürfen aber die finanziellen Risiken nicht vergessen werden. Die Errichtung der Tochtergesellschaft ist oftmals sehr kostenintensiv und bereitet zusätzlich diverse konzern- und steuerrechtliche Fragestellungen. Ebenso kann diese Vertriebsform eine grosse Absorption von Managementressourcen mit sich bringen.

Fazit

Die Herausforderungen, die der Schritt ins Ausland mit sich bringt, sind gross. Unabhängig davon, welche Vertriebsform gewählt wird, sollte eine Zusammenarbeit mit Dritten auf einem klaren, sorgfältig formulierten und rechtssicheren Vertrag aufgebaut werden, da die juristische Einordnung von Vertriebsverträgen, Joint-Venture-Verträgen, Franchiseverträgen, Lizenzverträgen etc. oftmals Schwierigkeiten bereitet. Aufgrund des Auslandsbezugs ist es zudem wichtig, das anwendbare Recht und den Gerichtsstand im Falle von Streitigkeiten zu regeln. Neben der Wahl der geeigneten Vertriebsform und der sorgfältigen Formulierung des Vertrages sollte auch sichergestellt werden, dass allfällige ausländische Marktzulassungsbedingungen oder Vorschriften des nationalen und internationalen Wettbewerbs- und Kartellrechts erfüllt sind.