



**martina maciejewski**  
Your success in India



## Inderaktiv – Insights aus einem deutsch-indischen Interview

---

**Namaste lieber Leser,**

Ich habe vor kurzem eine Geschäftspartnerin auf der Messe Global Connect getroffen. Ich war fasziniert, wie begeistert sie von der Tätigkeit der Kalt-Akquise berichtete – ein Thema was zumindest bei mir eher Unbehagen auslöst.

Ihr Name ist Drita Scharf. Sie ist Gründerin und Inhaberin von extra-com Internationale Vertriebsunterstützung und begleitet Unternehmen seit über 20 Jahren im Vertrieb und Export.

Zu ihren Aufgaben gehören dabei z.B. der Aufbau internationaler Geschäftsbeziehungen sowie die Optimierung der Vertriebsprozesse, u.a. in Asien.

## Interview mit Frau Drita Scharf, Inhaberin von extra-com Internationale Vertriebsunterstützung

---



**Your success in India (YSII): Frau Scharf, vielen Menschen graut es vor der Kaltakquise – Sie stürzen sich darauf. Warum?**

**Scharf:** Ich liebe die Herausforderung, die die Kaltakquise mit sich bringt. Mich reizt es, nach eingehender Marktanalyse den Menschen gegenüber für etwas zu interessieren, das dem Angesprochenen und meinem Kunden Vorteile bringt. Ich finde es sehr spannend, die Beziehung so zu entwickeln, dass Interessenten Klienten werden.

**YSII: Sie leisten mit Ihrem Unternehmen professionelle Vertriebsunterstützung bei deutschen Unternehmen in den Bereichen Maschinenbau, Investitionsgüter und Technik. Sie unterstützen seit vielen Jahren auch beim Vertrieb in Asien. Funktioniert das überhaupt – Vertrieb aus Deutschland in asiatischen Ländern?**

**Scharf:** Ja, allerdings ist der direkte Vertrieb äußerst beschwerlich, wenn man nicht die Landessprache spricht. Ich empfehle daher, den Weg über Vertriebspartner zu gehen. So arbeite ich im Namen meiner Kunden entweder mit Repräsentanzen oder mit Distributoren zusammen. Meine Aufgabe hierbei ist die aktive Unterstützung der Vertriebspartner im Ausland, wie z. B. die Begleitung eines neuen Prozesses, die Mit-Organisation von Messeteilnahmen im Land des Partners, „Zuarbeit“ in Form von Kaltakquise.

**YSII: Sie haben bereits u. a. erfolgreich mit Hongkong, China, Japan und Thailand gearbeitet. Warum fragen die deutschen Unternehmen Sie nicht nach Unterstützung für Indien?**

**Scharf:** Bislang hatte ich in der Tat noch keine Anfrage nach Unterstützung für Indien. Die bisherigen Geschäftsbeziehungen meiner Kunden nach Asien entstanden durch die Initiative der asiatischen Vertriebspartner, nicht aufgrund der aktiven Suche deutscher Firmen nach Partnern in Asien. Firmen, die noch keine oder nur wenig Erfahrung im Export haben, rate ich, zunächst mit Partnern in europäischen Ländern zu kooperieren. Aufgrund der räumlichen Nähe und der geringeren Kulturunterschiede ist Europa gerade für Exportanfänger besser geeignet.

**YSII: Gibt es Ihrer Erfahrung nach eine Vertriebsstrategie, die in asiatischen Ländern besonders gut wirkt?**

**Scharf:** Aus meiner Sicht ist das die Kooperation mit Vertriebspartnern, die den lokalen Markt kennen, gut vernetzt sind und wissen, worauf es bei der Vermarktung ankommt. Die Strategie des deutschen Herstellers sollte darin bestehen, das Besondere und Exklusive seiner Erzeugnisse in den Mittelpunkt zu stellen. „Made in Germany“ genießt in Asien einen sehr guten Ruf. Zudem empfiehlt es sich, einen positiv besetzten asiatischen Namen zu verwenden, da unpassende Namen den Absatz gefährden können. Dazu fällt mir der Honda CRV ein. Das kroatische Wort „crv“ bedeutet Wurm.

**YSII: In welchem asiatischen Land fällt Ihnen der Vertrieb am leichtesten und warum?**

**Scharf:** Vertrieb in Hongkong und China fällt mir am leichtesten. Dort habe ich einen äußerst kompetenten chinesischen Partner, mit dem ich bereits seit vielen Jahren zusammenarbeite. Da er sehr viel gereist ist und oft in Europa war, ist die Kommunikation mit ihm direkt. Wenn er „ja“ sagt, meint er in der Tat auch „ja“ und nicht etwa „vielleicht“ oder gar „nein“, wie das bei beziehungsorientierter Kommunikation sein kann, damit das Gesicht gewahrt wird.

**YSII: In welches Fettnäpfchen sind Sie beim Vertrieb in einem asiatischen Land schon getappt?**

**Scharf:** Fettnäpfchen in Asien konnte ich bislang erfolgreich vermeiden. An ein Fettnäpfchen mit französischen Geschäftspartnern erinnere ich mich jedoch sehr gut: Zu Beginn meiner Arbeit in Vertrieb und Export leerte ich aus Unwissenheit doch tatsächlich Mineralwasser in mein Weinglas für eine Schorle. In den Gesichtern meiner Geschäftspartner spiegelte sich das Entsetzen über diesen Fauxpas, den ich sicherlich niemals vergessen werde.

# Veranstaltungstipps für Indien des OAV – Ostasiatischer Verein

---

**AHK-Geschäftsreise nach Indien zum Thema Solarenergie** zur Eigenversorgung in der Industrie (inkl. CSP)  
08.10.2018 - 12.10.2018, Bangalore

[Informationen und Anmelde­möglich­keit](#)

**German-Indian Business Forum**

13.11.2018 - 15.11.2018, München

[Informationen und Anmelde­möglich­keit](#)

Seminar: **Interkulturelle und rechtliche Herausforderungen beim Markteintritt in Indien pragmatisch meistern**

04.12.2018, München

[Informationen und Anmelde­möglich­keit](#)

Weitere Veranstaltungen des OAV finden Sie [hier](#).

Ich wünsche Ihnen eine erholsame Ferienzeit!

Herzliche Grüße,

**Ihre Martina Maciejewski**

*Inhaberin / Owner*

[www.success-in-india.com](http://www.success-in-india.com)

---

[Gefällt mir auf Facebook](#) | [Diese Email weiterempfehlen](#) | [Impressum](#)

*Copyright © 2018 Martina Maciejewski-Hofmann - Your success in India, All rights reserved.*

Martina Maciejewski-Hofmann - Your success in India  
Karolinenstrasse 4  
Feldkirchen 85622  
Germany

[Add us to your address book](#)

phone: +49 89 45231923  
mobile: +49 179 7812663  
[info@success-in-india.com](mailto:info@success-in-india.com)