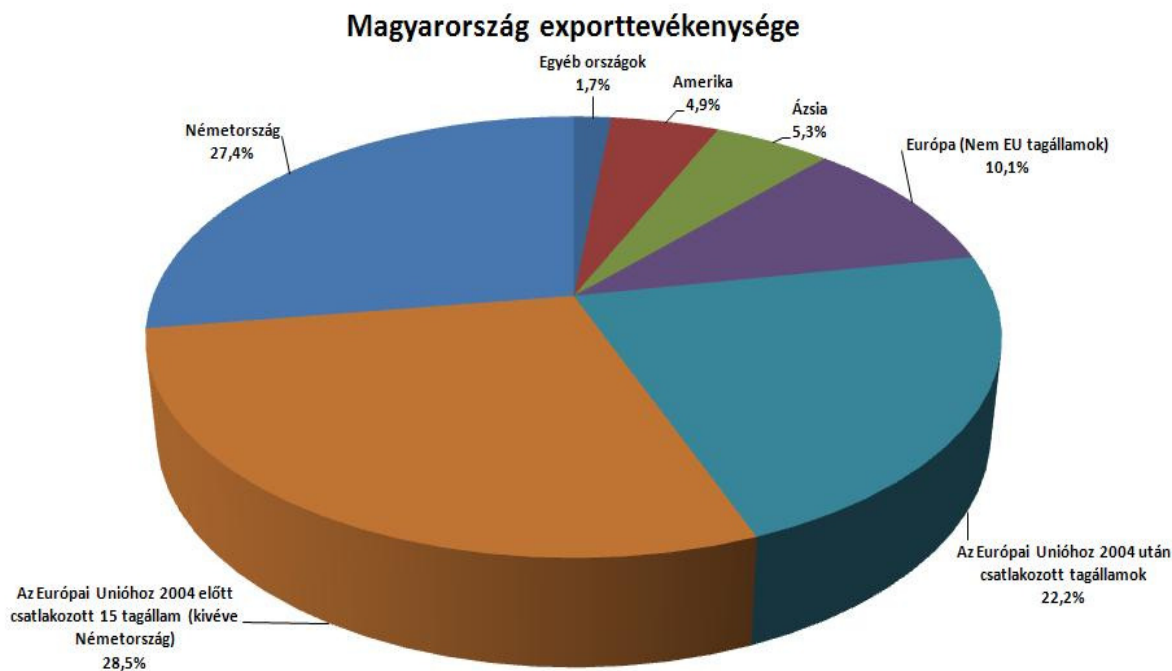


Sajtóközlemény  
2015-06-25

## Németország kapui nyitva állnak a magyar termékek előtt A sikeres piacra lépéshez azonban több tudatosság és nagyobb magabiztosság kell

Németország az Európai Unió legnagyobb gazdasága, így nem meglepő, hogy számos magyar vállalkozás terveiben szerepel a német piacra lépés. A 2300 milliárd eurós piac vonzó perspektívát jelent, ugyanakkor a külpiacra lépés számos komoly kihívást, és mentalitásbeli alkalmazkodást követel meg. Németországban az egész világ áll sorban, így a magyar cégeknek nemcsak a német vállalkozásokkal, hanem a világ többi országával is versenyezniük kell. Hogyan érdemes ennek nekivágni?

Németország a világ 5. és Európa legnagyobb gazdasága. Meghatározó szerepe van a magyar külkereskedelemben is: 2014-es adatok szerint a magyar export desztinációk közül Németország toronymagasan vezet 27,4%-kal (23,2 milliárd euróval), míg a toplistán 2. helyezett Ausztria mindössze csak 5,5%-kal követi. Előrejelzések szerint a következő években a német gazdaság 2%-kal fog növekedni, ami évente 46 milliárd (!) eurós piacbővülést jelent! (Összehasonlításképpen: a magyar GDP 2014-ben 103 milliárd euró volt...)

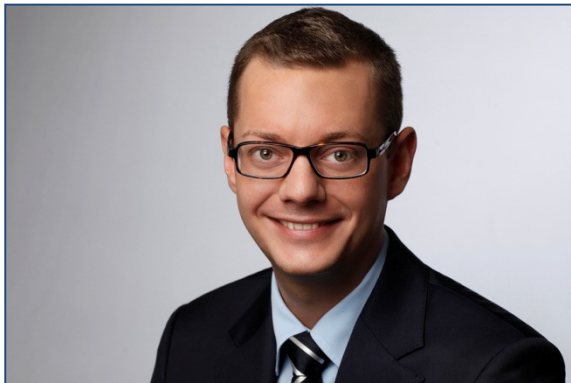


A fenti diagram Magyarország 2014 évi exporttevékenységének célországait mutatja be százalékos elosztásban. Forrás: KSH

Hogyan érvényesülhetnek a magyar vállalkozások ebben az országban? Hogyan érdemes felkészülni a német piacon várható globális verseny kihívásaira?

### **Versenyképesek a magyar termékek – mutassuk is meg!**

„Nem elég a versenyképes, egyedi termék, azt bemutatni, eladni is tudni kell” – hívta fel a figyelmet **Thim Werner**, az **M27 ABSOLVO** németországi **üzletfejlesztési szakértője**, aki 5 helyi irodával és közel 50 iparági szakértővel számos vállalat németországi piaci terjeszkedését segítette az elmúlt években. A szakértő elmondta, hogy az általa vizsgált magyar termékek / szolgáltatások döntő többsége sokkal versenyképesebbnek bizonyult a termék, a cég, a tervek részletesebb megismerése után, mint ahogy az első ránézésre tűnt a bemutatkozó anyagokból, weboldalakból. „A magyar technológiák, termékek műszaki szempontból megállják a helyüket, kiváló szürkeállomány koncentrálódik Magyarországon, van tehát „keresnivalójuk” az erős versennyel bíró német piacon! Ugyanakkor ezt a kimagasló tudást, know-how-t, egyediséget egyértelműen meg kell tudni fogalmazni, meg kell tudni mutatni, el kell tudni adni a potenciális partnernek! A bemutatkozó anyagok, weboldalak döntő fontosságúak abból a szempontból, hogy felkeltik-e a német vevő vagy üzleti partner érdeklődését, lát-e komoly potenciált, üzletet, jövőbeni együttműködési lehetőséget. Ebben van még bőven fejlődési



Thim Werner, az M27 ABSOLVO németországi  
üzletfejlesztési szakértője

lehetőségük a magyar cégeknek”- emelte ki a szakértő. „Az Ügyfeleknek azt is szoktam javasolni, hogy a magabiztosságuk, a termékbe, a sikerbe vetett hitük egyértelműen jöjjön át – ez szintén fontos értékesítési és marketing „taktika”, melyet érdemes tudatosan használni, ha német partnerrel tárgyalunk. Ha a másik fél nem látja, hogy mi hiszünk benne, tőle miért várjuk el ugyanezt?” – tette hozzá **Thim Werner**, az **M27 ABSOLVO** németországi **szakértője**.

Bár közép- és kelet-európai cégekkel szemben fontos elvárás a kedvező ár is, **Gyurácz Németh Iván**, az **M27 ABSOLVO** külpiacra lépési **üzletágának vezetője** mégis óva intette a magyar cégeket attól, hogy egyediség, hozzáadott érték nélkül csak az árelőnyre építsenek, ugyanis a német piacra jutás költséges küldetés, amely pillanatok alatt felemésztheti a profitot.

## Mégis, mennyibe kerül és meddig tart?



Gyurácz Németh Iván, az M27 ABSOLVO partnere

*„A német piacra lépés egy hosszú és kihívásokkal teli folyamat, amelynek során a cégek számtalan olyan kérdéssel szembesülnek, amelyeket érdemes előre átgondolni.” – hívta fel a figyelmet Gyurácz Németh Iván. „A cégek például nem számolnak azzal, hogy amint külföldre lépnek, részben át kell állni az ottani költségekre, költségszintekre. A kinti kereskedők, üzletfejlesztők, sales-esek tekintetében ugyanis nem magyar bérekkel kell kalkulálni.*

*A német bruttó átlagkereset 2600 euró körül mozog, ennek minimum háromszorosával kell havi szinten számolnia annak a vállalkozásnak, aki egy igazán jó, német értékesítőt akar foglalkoztatni. Ebben semmi meglepő nincs, a magyar piacon szintén ezeket az arányokat tapasztaljuk, csak itthon más a viszonyítási alap, más az átlagkereset szintje...” – emelte ki Gyurácz Németh Iván, az M27 ABSOLVO partnere.*

A felmerülő költségek nagysága függ az adott piaci szegmenstől, illetve a célcsoportok méretétől is. Fontos előre tájékozódni a marketing és hirdetési költségek felől is, mely az itthoni 3-5-szöröse is lehet a német piacon. A kutatások, adatbázis vásárlások ára is jelentős tétel lehet (Németországban a cégadattal nem publikusak), s ha egy cég külföldön irodát vagy más egységet nyit, akkor az operatív működés kiadásainak jelentős emelkedésével is számolnia kell.

Siker esetén természetesen a profit, az árbevétel is az itthoni többszöröse lehet, ám ennek eléréséhez sokkal több idő kell, mint amire a vállalkozások kezdetben számítanak. Gyurácz Németh Iván, az M27 ABSOLVO partnere szerint már pusztán a piacfelmérés, a versenytársak elemzése, a felkészülési fázis is nagyjából fél évet vesz igénybe. Ezt követően indulhatnak el az első tárgyalások, s az első év vége felé kerülhet sor az első szerződések megkötésére. A célpiac is folyamatosan változik, a terméket és a marketinget is folyamatosan csiszolni kell. *„Ideális esetben is 2-3 év telik el, amíg stabil árbevétel érhető el az új piacon” – fűzte hozzá a szakértő.*

*„A magyar cégek az időfaktort – és ennek megfelelően a tőkeigényt is – rendszerint alábecsülik, így történhet meg, hogy „félúton” visszalépni kényszerülnek, jelentős veszteséget elkönyvelve, vagy „meghúzzák a nadrágszíjat”, amellyel viszont pont attól vonják meg a forrást, ami a sikerük feltétele” – tette még hozzá Thim Werner.*

*„Németország nemcsak erős gazdaság, de igényes felvevőpiac is; a kiváló minőségű termék nem versenyelőny, hanem alapkövetelmény, e nélkül rajtvonalhoz sem lehet állni, de ez még közel sem elég” – összegezte a németországi szakértő.*

„A német piacra lépés csak akkor lehet sikeres, ha a tulajdonosok, a menedzsment egy emberként állnak a célok mögé” – tette hozzá **Gyurácz Németh Iván, az M27 ABSOLVO partnere.** „A siker esélyét alapvetően meghatározza az is, ha a menedzsmentben rendelkezik valaki nemzetközi üzletfejlesztési tapasztalattal és otthonosan mozog a német piacon – ha ez nem áll rendelkezésre, megfontolandó egy helyi kapcsolatokkal rendelkező külső szakértő, vagy akár német piacfejlesztő bevonása, aki ismeri a helyi piacot, van aktív kapcsolatrendszere és nem utolsósorban, képes megnyitni olyan ajtókat, ahol a kopogtatáson túl nem jutnánk. A németek ugyanis a németektől szeretnek a leginkább vásárolni...” – javasolta **Gyurácz Németh Iván.**

## **Németország épít a KKV-kra!**

Jelenleg nagyjából 2-3000 hazai cég exportál Németországba, ebből néhány száz kis- és középvállalkozás. Ha német vállalatokról beszélünk, az esetek többségében a nagy német multinacionális cégek és nagyvállalatok (pld. autógyártók) képe villan fel előttünk – pedig Németország gazdaságának jelentős pillére épp a kis- és középvállalkozói réteg! A vállalkozások 99%-a ugyanis KKV vagy családi vállalkozás, melyek közül legalább 1000 cég világszinten is piacvezető a saját iparágában, szegmensében...

Németországban tehát hagyományosan erős és támogatott a KKV szektor, hatalmas a felvevőpiac, így jelentős potenciál mutatkozik a hazai KKV-k versenyképes termékei számára is.

Külpiaci megjelenésük támogatására ráadásul a napokban nyílt meg az az 5 milliárd Ft keretösszegű EU-s forráslehetőség is (GINOP-1.3.1-15), amellyel piacbővítési költségeik akár 50%-át vissza nem térítendő támogatásból is finanszírozhatják!

Az **M27 ABSOLVO Consulting** a nemzetközi tanácsadó M27 Csoport magyar irodájaként Európa 27 országában – köztük Németországban is -, 12 nyelven, 27-féle külpiacra lépési, illetve finanszírozási szolgáltatást nyújt. A cégcsoport Európa-szerte közel 120 tanácsadó tudására és tapasztalatára támaszkodik. Ennek köszönhető, hogy több ezer sikeres projekt elindításában és lebonyolításában működött közre az elmúlt évek során. A finanszírozási és export tanácsadó a hazai vállalkozások nemzetközivé válásában, valamint a növekedés komplex finanszírozásában egyaránt szakértői támogatást kínál. Az M27 ABSOLVO segítséget nyújt ügyfeleinek a piacelemzésben, az új termékek bevezetésében, a nemzetközi piacra lépésben, a partner kiválasztásában, valamint a támogatások és kockázati tőke felkutatásában, megszerzésében az üzleti tervezéstől a megfelelő befektető kiválasztásán át, a tárgyalások segítéséig.

### **Az M27 ABSOLVO kommunikációs partnere a PResston PR Kft.**

További információ és interjúk egyeztetése:

**Fükő Adrienn** | PR Vezető | PResston PR | Csatárka Irodaház | 1025 Budapest | Csatárka út 82-84. | T (+ 36 1) 325 94 88 | F (+36 1) 325 94 89 | M (+36 30) 769 8697 | [adrienn.fuko@presstonpr.hu](mailto:adrienn.fuko@presstonpr.hu) | [www.presstonpr.hu](http://www.presstonpr.hu)

**Mezőfi Judit** | PR asszisztens | PResston PR | Csatárka Irodaház | 1025 Budapest | Csatárka út 82-84. | T (+ 36 1) 325 94 88 | F (+36 1) 325 94 89 | M (+36 30) 831 6456 | [judit.mezofi@presstonpr.hu](mailto:judit.mezofi@presstonpr.hu) | [www.presstonpr.hu](http://www.presstonpr.hu)