

ARGENTINA / Buenos Aires
AUSTRALIA / Sydney
AUSTRIA / Vienna
BELGIUM / Brussels
BRAZIL / São Paulo
BULGARIA / Sofia
CANADA / Toronto
CHILE / Santiago de Chile
CHINA /
Shanghai · Beijing · Kunshan
CZECH REPUBLIC / Prague
DENMARK / Copenhagen
FINLAND / Helsinki
FRANCE / Sarreguemines
GERMANY / Saarbrücken
GREECE / Athens
HOLLAND / Amsterdam
HONG KONG / Hong Kong
HUNGARY / Budapest
INDIA / Mumbai
IRELAND / Dublin
ISRAEL / Tel Aviv
ITALY / Milan
JAPAN / Tokyo
LUXEMBURG / Luxemburg
MALAYSIA / Kuala Lumpur
MEXICO / Mexico City
NAMIBIA / Windhoek
NEW ZEALAND / Auckland
NORWAY / Oslo
OMAN / Muscat
PARAGUAY / Asunción
POLAND / Warsaw
PORTUGAL / Lisbon
ROMANIA / Bucharest
RUSSIA / Moscow
SINGAPORE / Singapore
SLOVAKIA / Bratislava
SOUTH AFRICA / Johannesburg
SOUTH KOREA / Seoul
SPAIN / Barcelona · Madrid
SWEDEN / Stockholm
SWITZERLAND / Zug
THAILAND / Bangkok
TURKEY / Istanbul
UAE / Dubai
UK / London
UKRAINE / Kiev
USA / New York · Beverly Hills
VENEZUELA / Caracas
VIETNAM /
Hanoi · Ho Chi Minh City

Investitionsführer Frankreich



INTERGEST®
FRANCE



Vorwort

Liebe Leser,

wir stellen Ihnen heute die zweite Auflage unseres Investitionsführers für Frankreich vor. Er gibt Ihnen, wie die erste Auflage, wichtige Informationen zu Frankreich und leistet Ihnen wertvolle Hilfestellung, um sich auf diesem spannenden, aber nicht immer ganz einfachen Markt zurecht zu finden.

Dabei haben wir ganz bewusst darauf verzichtet, zu sehr in die Details zu gehen und Ihnen Informationen vorzulegen, die Sie wesentlich ausführlicher in der einschlägigen Fachliteratur wiederfinden. Unser Investitionsführer richtet sich vielmehr an die Entscheider in den Unternehmen, die sich mit der großen Linie und nicht mit Details beschäftigen.

Wenn Sie nach der Lektüre Fragen haben, steht Ihnen unser Team der InterGest France jederzeit gerne unter **investition.frankreich@intergest.com** zur Verfügung.

Bevor Sie nun diesen Investitionsführer lesen und sich weiter mit dem Gedanken tragen, Ihr Geschäft in Frankreich aufzubauen, erlauben Sie mir bitte, Ihnen einige „goldene Regeln“ mit auf den Weg zu geben.

InterGest France besteht nunmehr seit fast 40 Jahren und hat weit über 200 Firmen erfolgreich begleitet, sich auf dem französischen Markt zu etablieren. Dabei hat sich die Einhaltung gewisser Regeln bestens in der Praxis bewährt, während sich Misserfolge meist dann eingestellt haben, wenn besagte Regeln außer Acht gelassen wurden.

Profitieren Sie also von unserer Erfahrung, wir unterstützen Sie gerne:

1. Mehr als in anderen Ländern gilt in Frankreich: „Business is local“. Wenn Sie in Frankreich erfolgreich verkaufen wollen, müssen Sie sich „französisieren“ und dafür empfiehlt es sich, eine Vertriebsniederlassung in Frankreich zu gründen.
2. Vertrieb läuft in Frankreich nach eigenen Regeln ab. Persönliches zählt oft mehr als sachliche Argumente. Die gleiche „Denke“ mit französischen Geschäftspartner öffnet Türen, das Drängen auf schnellen Geschäftsabschluss versperrt sie. Bedienen Sie sich also unbedingt eines Franzosen im Vertrieb. Der Einsatz von Ausländern wird Ihnen den Markteintritt unnötig erschweren, wenn nicht gar unmöglich machen.
3. Der Franzose gilt nicht als Sprachgenie. Das „Loi Toubon“ (Gesetz zur Erhaltung der französischen Sprache) bildet da nur die Spitze des Eisberges. Machen Sie es Ihren Geschäftspartnern und potentiellen Kunden leicht, übersetzen Sie selbst die kleinsten Details – und zwar professionell.



**Sechs goldene Regeln
für ein erfolgreiches
Frankreichgeschäft**

4. „Vive la grande nation“. Das sagt der Franzose nicht nur, davon ist er felsenfest überzeugt. Versuchen sie nicht, ihm vom Gegenteil zu überzeugen. Wenn Sie einmal an einem schönen Sommermorgen in Paris am Louvre entlang über den Place de la Concorde in Richtung Grand Palais gelaufen sind, wissen Sie warum.
5. Die „grande nation“ zeichnet sich nicht nur durch unendlich schöne Landschaften exzellent Weine und hervorragendes Essen aus. Bitte reduzieren Sie Frankreich und die Franzosen nicht auf die kulinarische Ebene: Autos, Flugzeuge, Züge, die Qualität der Straßen – die Franzosen können sich auch auf diesen Gebieten durchaus mit deutscher Qualität messen. Fahren Sie doch einmal einen Peugeot zur Probe, Sie werden positiv überrascht sein!
6. Vorsicht vor der französischen Bürokratie. Hier hält Frankreich bei Weitem, was Deutschland verspricht. Man könnte fast glauben, die Bürokratie sei eine französische Erfindung. Versuchen Sie bitte nicht, gegen diese Bürokratie anzukämpfen. Ein französischer Beamter kann es nicht leiden, wenn er oder seine Arbeit in Frage gestellt werden. Ersuchte Freundlichkeit und nicht enden wollendes Verständnis werden Ihnen weiterhelfen, auch wenn Ihnen der französische Beamte immer wieder erklärt, dass Ihrem Antrag so nicht statt gegeben werden kann. Auch an dieser Stelle empfehlen wir übrigens unbedingt den Einsatz eines Franzosen. Dies hat sich in vier Jahrzehnten der InterGest Geschichte immer wieder bewährt.

Wenn Sie diese sechs Punkte in vollem Umfang beherzigen, steht Ihrem Erfolg in Frankreich fast nichts mehr entgegen. – Natürlich muss Ihr Produkt für den französischen Markt geeignet sein und vielleicht werden Sie Design, Verpackung oder Komposition den französischen Bedürfnissen anpassen. Aber auch dabei sollten Sie unbedingt die oben genannten Regeln im Hinterkopf behalten – wir haben ausreichend Erfahrung gesammelt, um Sie Ihnen als gut gemeinten Rat mit auf den Weg zu geben.

Und nun wünsche ich Ihnen viel Erfolg in Frankreich!

Alle Mitarbeiter der InterGest stehen Ihnen gerne zur Seite, wenn dies von Ihnen gewünscht wird.

Und zu guter Letzt haben wir noch ein Anliegen in eigener Sache: Wenn Sie Anregungen, Kritik oder auch Lob zu diesem Investitionsführer haben, können Sie mich jederzeit auch persönlich per E-Mail unter **peter.anterist@intergest.com** erreichen. Ich freue mich über Ihren Beitrag.

Ihr



Prof. Peter Anterist
Président/CEO InterGest France SAS