WHITE PAPER

Europa erreichen – Der Marktzugang für brasilianische Hardware

Chancen, Anforderungen und Geschäftskulturen des europäischen Marktes. Ein praxisnaher Leitfaden für brasilianische Hardware-Entwickler und OEMs.

Dirk Kaussen | EMS Strategy Group | 15. November 2026 | White Paper | Rev.:1.2

Zusammenfassung

Brasilianische Hardware-Entwickler und OEMs müssen sich mit ihren Produkten international nicht verstecken. Viele verfügen über eine gute technische Basis und haben sich im heimischen Markt bereits bewährt. Der nächste Schritt nach Europa ist deshalb durchaus realistisch. Der europäische Binnenmarkt bietet Zugang zu einer großen Zahl industrieller und gewerblicher Kunden. Wer die geltenden Anforderungen erfüllt, kann seine Produkte grundsätzlich in allen EU-Mitgliedstaaten anbieten, ohne für jedes Land eine eigene Produktzulassung durchlaufen zu müssen.

Auch die Handelsbeziehungen zwischen Brasilien und Europa entwickeln sich weiter. Das Interimsabkommen zwischen der EU und dem Mercosur, das seit dem 1. Mai 2026 vorläufig angewendet wird, verbessert den wirtschaftlichen Rahmen für den Handel zwischen beiden Regionen.

Trotzdem ist Europa kein Markt, in den man einfach seine Produkte verschickt und anschließend auf Bestellungen wartet. Die Anforderungen an Produktsicherheit, Cybersicherheit, Umweltverträglichkeit, Verpackungen und Daten sind umfangreich. Für viele Produktgruppen muss zudem ein verantwortlicher Wirtschaftsakteur innerhalb der EU benannt werden. Fehlt dieser, kann das bereits beim Import oder bei einer Marktüberwachung zum Problem werden.

Dazu kommen Unterschiede im Geschäftsalltag. Ein deutscher Industriekunde erwartet beispielsweise häufig eine andere Verbindlichkeit bei Lieferterminen, Dokumentation und Gewährleistung als ein Geschäftspartner in anderen europäischen Ländern. Auch Ersatzteile, technische Unterstützung und erreichbare Ansprechpartner spielen eine größere Rolle, als viele Unternehmen zunächst vermuten.

Dieses White Paper zeigt, worauf brasilianische Hardware-Unternehmen beim Eintritt in Europa achten müssen. Es behandelt die wichtigsten europäischen Vorschriften, erklärt die Unterschiede zwischen den Geschäftskulturen, beleuchtet Vertrieb und Service und geht auf die Möglichkeiten einer Fertigung innerhalb Europas ein.

Am Ende steht ein Fahrplan in fünf Phasen. Er zeigt, wie sich der Markteintritt Schritt für Schritt vorbereiten und umsetzen lässt – von der ersten Marktprüfung über die Produktkonformität bis zum Vertrieb und einer möglichen lokalen Fertigung.

Die entscheidende Frage ist nicht allein, ob ein Produkt technisch für Europa geeignet ist. Es geht darum, ob das Unternehmen auch die Voraussetzungen für Import, Vertrieb, Service und langfristige Kundenbetreuung schaffen kann.

1. Ausgangslage

Wer in Brasilien erfolgreich Hardware entwickelt und verkauft, kommt irgendwann an den Punkt, an dem der heimische Markt nicht mehr ausreicht oder weiteres Wachstum außerhalb des Landes gesucht wird. Lateinamerika und Nordamerika liegen als erste Schritte oft nahe. Europa erscheint dagegen vielen Unternehmen kompliziert wegen anderer Vorschriften, großer Entfernungen, mehrerer Sprachen und unterschiedliche Geschäftskulturen.

Ganz unbegründet ist diese Einschätzung nicht. Wer beispielsweise ein elektronisches Produkt nach Deutschland liefern möchte, muss sich nicht nur mit der CE-Kennzeichnung beschäftigen. Auch Dokumentation, Produkthaftung, Verpackungsvorschriften, Importverantwortung und die Erwartungen des späteren Kunden müssen stimmen.

Trotzdem sollte man Europa nicht als unüberschaubaren Markt betrachten. Die Anforderungen sind anspruchsvoll, aber weitgehend klar geregelt. Wer frühzeitig weiß, welche Vorschriften für sein Produkt gelten und welche Ansprechpartner vor Ort benötigt werden, kann den Markteintritt planbar vorbereiten. Und wer die Anforderungen erfüllt, erhält Zugang zu einem Binnenmarkt mit mehreren hundert Millionen Verbrauchern und einer starken industriellen Kundenbasis.

Dieses White Paper richtet sich an Geschäftsführer, Entwicklungsleiter und Gründer brasilianischer Hardware-Unternehmen. Es soll ihnen helfen, die tatsächlichen Anforderungen einzuschätzen und die richtigen Entscheidungen zu treffen, bevor Zeit und Geld in einen Markteintritt investiert werden.

Dabei geht es nicht darum, aus jedem Unternehmen einen Experten für europäisches Recht zu machen. Entscheidend ist, die relevanten Anforderungen zu kennen, ihre Auswirkungen auf das eigene Produkt und Geschäftsmodell zu verstehen und rechtzeitig die richtigen Fachleute einzubeziehen.

2. Der europäische Markt als Chance

Industrie mit hohen Anforderungen und langfristigen Kundenbeziehungen

Europa gehört zu den wichtigsten Industrieregionen der Welt. Maschinen- und Anlagenbau, Medizintechnik, Automobilzulieferindustrie, Energietechnik, Mess- und Prüftechnik sowie Gebäude- und Sicherheitstechnik benötigen kontinuierlich elektronische Komponenten und Baugruppen.

Viele dieser Unternehmen suchen keine kurzfristig verfügbaren Lieferanten, sondern Partner, auf die sie sich über Jahre verlassen können. Technische Qualität, gleichbleibende Produktleistung, nachvollziehbare Dokumentation und Liefertreue spielen dabei eine große Rolle. Die Anforderungen beim Einstieg sind deshalb oft hoch. Wer sie jedoch erfüllt und

sich im Tagesgeschäft bewährt, hat gute Chancen auf langfristige Geschäftsbeziehungen. Nicht selten laufen solche Lieferbeziehungen über mehrere Produktgenerationen.

Europäische Unternehmen suchen zusätzliche Lieferanten

Die Beschaffungspolitik vieler europäischer Unternehmen hat sich verändert. Die starke Abhängigkeit von einzelnen Ländern, Regionen oder wenigen Lieferanten wird zunehmend kritisch gesehen. Unternehmen wollen ihre Bezugsquellen breiter aufstellen und prüfen deshalb auch Anbieter, die bisher nicht zu ihrem Lieferantennetzwerk gehörten.

Davon können brasilianische Hardware-Hersteller profitieren. Technisch überzeugende Produkte und wettbewerbsfähige Angebote können Türen öffnen. Allerdings reicht es nicht, ein gutes Produkt vorzustellen. Europäische Kunden wollen wissen, ob die erforderlichen Konformitätsnachweise vorliegen, ob Liefertermine eingehalten werden und wer sich bei technischen Problemen oder Reklamationen kümmert. Wer darauf überzeugende Antworten hat, wird als möglicher Lieferant ernst genommen.

Was das EU-Mercosur-Abkommen verändert

Das Interimsabkommen zwischen der Europäischen Union und dem Mercosur wird seit dem 1. Mai 2026 vorläufig angewendet. Für Industriegüter sieht die EU einen schrittweisen Zollabbau über einen Zeitraum von zehn Jahren vor.

Wie stark ein brasilianischer Hersteller davon profitiert, hängt allerdings vom jeweiligen Produkt und seiner Zolltarifnummer ab. Einige Elektronikprodukte unterliegen bereits heute niedrigen oder gar keinen Einfuhrzöllen. Bei anderen kann der Zollabbau die Wettbewerbsposition verbessern. Es lohnt sich deshalb, die tatsächliche Zollbelastung für das eigene Produkt zu prüfen, statt pauschal mit den Vorteilen des Abkommens zu rechnen.

Unabhängig davon schafft das Abkommen einen verlässlicheren handelspolitischen Rahmen und verbessert die Voraussetzungen für den wirtschaftlichen Austausch zwischen Brasilien und Europa.

Einmal die Anforderungen erfüllen, in vielen Ländern verkaufen

Ein wesentlicher Vorteil Europas ist der gemeinsame Binnenmarkt. Für viele Elektronikprodukte gelten EU-weit harmonisierte Produktanforderungen. Sind alle einschlägigen Vorschriften erfüllt und die erforderliche Konformitätsbewertung abgeschlossen, kann das fertige Produkt grundsätzlich in allen EU-Mitgliedstaaten in Verkehr gebracht werden. Eine zusätzliche nationale Produktzulassung ist für diese Produktgruppen in der Regel nicht erforderlich.

Dabei muss man allerdings zwischen fertigen Geräten und Zulieferteilen unterscheiden. Ein brasilianischer Hersteller, der ein vollständiges elektronisches Gerät unter eigenem Namen in Europa verkauft, muss prüfen, welche EU-Vorschriften dafür gelten, und die erforderliche Konformitätsbewertung durchführen. Die CE-Kennzeichnung ist dabei das sichtbare Ergebnis dieser Bewertung.

Anders sieht es bei reinen OEM-Zulieferteilen aus. Eine bestückte Leiterplatte oder eine Baugruppe, die für den Einbau in ein Endgerät bestimmt ist und selbst noch kein eigenständiges fertiges Produkt darstellt, benötigt häufig keine eigene CE-Kennzeichnung. Der europäische OEM benötigt aber verlässliche Konformitätsnachweise und technische

Angaben, um die Anforderungen für sein fertiges Produkt erfüllen zu können. Die RoHS-Vorgaben zu gefährlichen Stoffen können dabei bereits für die gelieferten Bauteile und Baugruppen relevant sein. Ob eine Baugruppe selbst CE-pflichtig ist, hängt von ihrer konkreten Funktion und Einstufung ab.

Das bedeutet nicht, dass jedes Produkt automatisch in ganz Europa verkauft werden darf oder dass alle nationalen Anforderungen entfallen. Sprache, Kennzeichnung, Verpackung, Entsorgung und weitere nationale Besonderheiten können zusätzliche Arbeit verursachen.

Gerade für brasilianische Hersteller mit spezialisierten Produkten kann der gemeinsame Markt interessant sein. Ein Absatz von einigen hundert Geräten in Deutschland allein ist möglicherweise zu klein. Kommen Kunden in Frankreich, Italien, den Niederlanden oder Skandinavien hinzu, kann daraus ein wirtschaftlich tragfähiger Markt werden.

Einschätzung

Europa ist kein einfacher Markt, aber ein berechenbarer. Technische Qualität allein genügt nicht. Entscheidend ist, dass Produkt, Dokumentation, Lieferfähigkeit und Kundenbetreuung zusammenpassen. Wer diese Voraussetzungen erfüllt und eine klare Marktnische besetzt, muss nicht zu den größten Anbietern gehören, um in Europa erfolgreich Geschäfte aufzubauen.

3. Der regulatorische Rahmen aus Brüssel

Welche Vorschriften für ein Produkt gelten, hängt von seiner Art, seinen Funktionen und seinem Einsatzbereich ab. Für elektronische Hardware sind insbesondere die Anforderungen an Produktsicherheit, elektromagnetische Verträglichkeit, Stoffbeschränkungen, Cybersicherheit, Batterien, Verpackungen und Daten relevant.

Die folgende Übersicht zeigt die wichtigsten Regelwerke und ihren jeweiligen Anwendungsstand. Sie ist eine Orientierung. Welche Anforderungen im Einzelnen gelten, muss für jedes Produkt gesondert geprüft werden.

Regelwerk / Anforderung	Worum es geht	Stand
CE-relevante EU-Vorschriften, darunter EMV-, Niederspannungs- und RoHS-Richtlinie	Elektrische Sicherheit, elektromagnetische Verträglichkeit und Beschränkung gefährlicher Stoffe. Die CE-Kennzeichnung dokumentiert die Konformität mit den jeweils anwendbaren Vorschriften.	Je nach Produkt und anwendbarer Richtlinie verpflichtend
Funkanlagenrichtlinie (RED) mit Cybersicherheitsanforderungen	Schutz von Netzen, Daten und bestimmten Funktionen internetfähiger Funkgeräte	Cybersicherheitsanforderungen verpflichtend seit 1. August 2025

Cyber Resilience Act (CRA)	Cybersicherheit für Produkte mit digitalen Elementen über ihren gesamten Lebenszyklus	Meldepflichten seit 11. September 2026; die übrigen wesentlichen Anforderungen einschließlich der CE-relevanten Vorgaben gelten ab 11. Dezember 2027
Elektroaltgeräte (WEEE)	Registrierung, Rücknahme und Recycling in den jeweiligen Verkaufsländern	Gilt. Hersteller ohne Sitz im jeweiligen Land müssen dort grundsätzlich einen Bevollmächtigten benennen. Die konkreten Pflichten unterscheiden sich nach nationaler Umsetzung und Gerätetyp.
Batterieverordnung (EU) 2023/1542	Anforderungen an Sicherheit, Kennzeichnung, Konformität, Rücknahme und Entsorgung von Batterien	Gilt seit 18. Februar 2024. CE-Kennzeichnungspflicht seit 18. August 2024. Batteriepass ab 18. Februar 2027 für bestimmte Batterietypen.
Verpackungsverordnung (PPWR)	Anforderungen an Verpackungen, Recyclingfähigkeit, Kennzeichnung und Herstellerverantwortung	Allgemein anwendbar seit 12. August 2026; einzelne Pflichten treten gestaffelt in Kraft
REACH	Registrierung, Bewertung und Beschränkung chemischer Stoffe sowie Informationspflichten entlang der Lieferkette	Gilt; Anforderungen hängen von Stoffen, Erzeugnissen und konkreter Verwendung ab
KI-Verordnung (AI Act)	Anforderungen an KI-Systeme und KI-Funktionen, abhängig von Risikoklasse und Einsatzbereich	Allgemeine Pflichten und Verbote gelten bereits. Die Pflichten für Hochrisiko-Systeme greifen gestaffelt ab 2. Dezember 2027 beziehungsweise 2. August 2028.
Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)	Verarbeitung personenbezogener Daten, beispielsweise bei vernetzten Geräten, Apps und Cloud-Diensten	Gilt seit 25. Mai 2018
EU Data Act (Datenverordnung)	Zugang zu und Nutzung von Daten, die durch vernetzte Produkte und verbundene Dienste entstehen	Anwendbar seit 12. September 2025; einzelne Produktpflichten gelten für nach dem 12. September 2026 in Verkehr gebrachte vernetzte Produkte

3.1 CE-Kennzeichnung und technische Dokumentation

Die CE-Kennzeichnung ist kein Gütesiegel einer Behörde und auch kein eigenständiges Regelwerk. Sie ist das sichtbare Zeichen dafür, dass ein fertiges Produkt die jeweils anwendbaren EU-Harmonisierungsanforderungen erfüllt. Dazu gehören je nach Produkt beispielsweise die Richtlinie über elektromagnetische Verträglichkeit (EMV), die Niederspannungsrichtlinie und die RoHS-Richtlinie zur Beschränkung gefährlicher Stoffe in Elektro- und Elektronikgeräten.

Grundlage sind eine Konformitätsbewertung, eine EU-Konformitätserklärung und eine technische Dokumentation. Für viele Elektronikprodukte kann der Hersteller die Konformität selbst bewerten und erklären. Bei bestimmten Produktgruppen ist dagegen die Einschaltung einer benannten Stelle vorgeschrieben.

Die technische Dokumentation umfasst je nach Produkt unter anderem Konstruktionsunterlagen, Risikobeurteilung, Prüfberichte, Angaben zu verwendeten Bauteilen und Gebrauchsanleitungen. Sie muss über die vorgeschriebene Frist aufbewahrt und den zuständigen Behörden auf Verlangen vorgelegt werden. Anleitungen und Sicherheitshinweise müssen in der Regel in der Sprache des jeweiligen Verkaufslandes vorliegen.

Nicht jede elektronische Baugruppe benötigt eine eigene CE-Kennzeichnung. Reine Bauteile und bestimmte unvollständige Baugruppen, die ausschließlich für den Einbau in ein späteres Endprodukt bestimmt sind, fallen häufig nicht selbst unter die CE-Kennzeichnungspflicht. Das gilt beispielsweise für bestückte Leiterplatten ohne eigenständige Produktfunktion, sofern sie tatsächlich nur als OEM-Zulieferteil weiterverarbeitet werden.

Das bedeutet allerdings nicht, dass solche Baugruppen ohne Konformitätsnachweise geliefert werden können. Insbesondere die RoHS-Anforderungen an gefährliche Stoffe können bereits auf Komponenten- und Baugruppenebene relevant sein. Der europäische OEM benötigt deshalb belastbare Materialinformationen, Lieferantenerklärungen und gegebenenfalls Prüfberichte, um die Konformität seines fertigen Produkts nachweisen zu können. Ob eine Baugruppe selbst als fertiges Gerät einzustufen ist, muss im Einzelfall geprüft werden.

Wer in Europa verkauft, kann sich auf harmonisierte Normen stützen. Sie beschreiben, wie sich die gesetzlichen Anforderungen technisch erfüllen lassen, und ermöglichen bei korrekter Anwendung eine Vermutung der Konformität. Für die Produktentwicklung bedeutet das, dass sich spätere Prüfungen und Änderungen vermeiden lassen, wenn die einschlägigen Normen bereits bei der Konstruktion berücksichtigt werden.

3.2 Der Wirtschaftsakteur in der Europäischen Union

Für Hersteller ohne Sitz in der EU ist Artikel 4 der Verordnung über Marktüberwachung und Konformität von Produkten besonders wichtig. Für bestimmte Produktgruppen darf ein Produkt nur dann auf dem EU-Markt bereitgestellt werden, wenn ein verantwortlicher Wirtschaftsakteur mit Sitz in der EU vorhanden ist.

Diese Rolle kann ein in der EU ansässiger Hersteller, ein Importeur oder ein vom Hersteller schriftlich beauftragter Bevollmächtigter übernehmen. Nur wenn keiner dieser drei Akteure

in der EU ansässig ist, kommt für die von ihm bearbeiteten Produkte ein in der EU ansässiger Fulfilment-Dienstleister als verantwortlicher Wirtschaftsakteur in Betracht.

Dabei ist die gesetzliche Definition wichtig. Ein Fulfilment-Dienstleister muss im Rahmen seiner gewerblichen Tätigkeit mindestens zwei der folgenden Leistungen anbieten: Lagerhaltung, Verpackung, Adressierung oder Versand. Reine Frachtführer und bestimmte Post- und Paketdienste sind ausdrücklich ausgenommen. Ein Unternehmen, das lediglich ein Lager bereitstellt oder Waren transportiert, wird deshalb nicht automatisch zum verantwortlichen Wirtschaftsakteur.

Für brasilianische Hersteller kann das trotzdem zu einem praktischen Problem werden. Wenn kein Importeur oder schriftlich beauftragter Bevollmächtigter in der EU vorhanden ist und ein Fulfilment-Dienstleister die gesetzlichen Voraussetzungen erfüllt, kann dieser für die von ihm bearbeiteten Produkte in die Verantwortung nach Artikel 4 rücken. Professionelle Logistik- und Fulfilment-Anbieter prüfen deshalb häufig bereits vor der Warenannahme, wer für die Produkte verantwortlich ist und welche Nachweise vorliegen. Fehlen diese Angaben, können sie die Annahme, Lagerung oder den Versand ablehnen. Im ungünstigsten Fall bleibt die Ware zunächst beim Logistikdienstleister oder im Zusammenhang mit der Einfuhrabwicklung liegen.

Ein brasilianischer Hersteller sollte diese Frage daher vor dem ersten Versand klären. Er benötigt einen geeigneten Importeur oder einen schriftlich beauftragten Bevollmächtigten, der die erforderlichen Aufgaben tatsächlich übernehmen kann. Die Rolle des verantwortlichen Wirtschaftsakteurs, die Importverantwortung und die Aufgaben eines Vertriebspartners sollten vertraglich sauber voneinander abgegrenzt werden.

3.3 Funk und Cybersicherheit

Die Cybersicherheit ist in den vergangenen Jahren zu einem eigenen Zugangskriterium für elektronische Produkte geworden. Für bestimmte internetfähige Funkgeräte gelten seit dem 1. August 2025 verbindliche Cybersicherheitsanforderungen im Rahmen der Funkanlagenrichtlinie. Sie betreffen unter anderem den Schutz von Netzen, personenbezogenen Daten und bestimmten Zahlungsfunktionen. Der Nachweis kann über die einschlägigen harmonisierten Normen der Reihe EN 18031 erfolgen.

Mit dem Cyber Resilience Act kommt ein übergreifender Rahmen für Produkte mit digitalen Elementen hinzu. Seit dem 11. September 2026 müssen Hersteller aktiv ausgenutzte Schwachstellen und schwerwiegende Sicherheitsvorfälle melden. Diese Meldepflichten betreffen auch Produkte, die bereits auf dem Markt sind. Die übrigen wesentlichen Anforderungen des CRA gelten ab dem 11. Dezember 2027.

Für Entwickler heißt das, dass Sicherheitsarchitektur, Update-Fähigkeit und der Umgang mit Schwachstellen bereits zur Produktdefinition gehören. Hersteller müssen unter anderem sicherstellen, dass Sicherheitsprobleme während des Produktlebenszyklus erkannt und bearbeitet werden können. Wer diese Fragen erst nach Fertigstellung des Produkts angeht, riskiert teure Änderungen an Hardware und Software.

3.4 Umwelt, Rücknahme und Verpackung

Elektronik bringt in Europa Pflichten mit sich, die über das Produkt selbst hinausreichen. Nach den WEEE-Regelungen müssen Hersteller ihre Geräte in den jeweiligen Mitgliedstaaten registrieren lassen, Mengen melden und die Rücknahme und Entsorgung

von Altgeräten organisieren. Wer in einem Land keinen eigenen Sitz hat, muss dort grundsätzlich einen Bevollmächtigten benennen. Die konkreten Verfahren und Nachweispflichten werden national umgesetzt.

Dabei ist zwischen Geräten für private Haushalte (B2C) und Geräten für andere Nutzer, insbesondere gewerbliche und industrielle Kunden (B2B), zu unterscheiden. Die Registrierungspflichten betreffen grundsätzlich beide Bereiche. Für ausschließlich gewerblich genutzte Geräte bestehen jedoch teilweise andere Anforderungen an Rücknahme und Entsorgung.

In Deutschland muss ein Hersteller, der ausschließlich B2B-Geräte in Verkehr bringt, im Rahmen der Registrierung ein entsprechendes Rücknahmekonzept vorlegen. Nach § 19 ElektroG können Hersteller beziehungsweise ihre Bevollmächtigten und gewerbliche Erwerber oder Endnutzer außerdem abweichende Vereinbarungen über die Kosten der Entsorgung treffen. Das bedeutet jedoch nicht, dass die Registrierung oder sämtliche Herstellerpflichten entfallen. Auch für B2B-Geräte müssen die Anforderungen des ElektroG vor dem ersten Inverkehrbringen geklärt sein.

Vergleichbare Herstellerpflichten bestehen für Batterien und Verpackungen. Die neue Verpackungsverordnung (PPWR) ist seit dem 12. August 2026 allgemein anwendbar. Sie bringt unter anderem Anforderungen an Verpackungen, deren Recyclingfähigkeit, Kennzeichnung und die Herstellerverantwortung mit sich. Auch Hersteller außerhalb der EU müssen prüfen, welche Pflichten sie in den jeweiligen Verkaufsländern übernehmen müssen.

Bei Batterien gelten zusätzlich die Anforderungen der EU-Batterieverordnung. Sie umfasst unter anderem Vorgaben zur Konformität und CE-Kennzeichnung. Ab dem 18. Februar 2027 wird für bestimmte Batterietypen ein digitaler Batteriepass vorgeschrieben. Betroffen sind insbesondere Batterien für leichte Verkehrsmittel, Elektrofahrzeuge und Industriebatterien mit mehr als 2 kWh Kapazität.

Hinzu kommen die Stoffvorschriften, vor allem die RoHS-Richtlinie zur Beschränkung bestimmter gefährlicher Stoffe in Elektro- und Elektronikgeräten sowie die Informationspflichten nach der Chemikalienverordnung REACH. Für Hardware-Hersteller bedeutet das, dass Materialdaten und Lieferantennachweise frühzeitig vorliegen müssen.

Diese Pflichten sind weniger sichtbar als die CE-Kennzeichnung, werden aber von Behörden und Marktteilnehmern kontrolliert. Fehlende Registrierungen können den Verkauf blockieren. Sie lassen sich nicht einfach nachholen, ohne Zeit und Geld zu verlieren.

3.5 Künstliche Intelligenz und Daten

Produkte mit KI-Funktionen können unter die europäische KI-Verordnung fallen. Die Pflichten hängen davon ab, welche Funktion die KI übernimmt und welcher Risikoklasse das System zugeordnet wird.

Die Anforderungen gelten nicht erst ab 2027 oder 2028. Verbote bestimmter KI-Praktiken und die Vorgaben zur KI-Kompetenz gelten bereits seit dem 2. Februar 2025. Die Pflichten für Anbieter von KI-Modellen mit allgemeinem Verwendungszweck gelten seit dem 2. August 2025. Seit dem 2. August 2026 sind außerdem die meisten weiteren Regelungen anwendbar, darunter bestimmte Transparenzpflichten.

Die Anforderungen für Hochrisiko-KI-Systeme greifen gestaffelt. Für bestimmte eigenständige Hochrisiko-Systeme gilt der 2. Dezember 2027. Für Hochrisiko-KI, die in regulierte Produkte eingebettet ist, gilt der 2. August 2028.

Bei vernetzten Produkten kommen außerdem Anforderungen aus der Datenschutz-Grundverordnung und dem EU Data Act hinzu. Die DSGVO regelt den Umgang mit personenbezogenen Daten, beispielsweise bei Apps, Cloud-Diensten oder der Übertragung von Nutzerdaten. Der Data Act betrifft dagegen insbesondere den Zugang zu und die Nutzung von Daten, die durch vernetzte Produkte und verbundene Dienste entstehen. Er wird seit dem 12. September 2025 angewendet. Bestimmte Anforderungen an den Datenzugang gelten für vernetzte Produkte, die nach dem 12. September 2026 auf den Markt gebracht werden.

Ob und in welchem Umfang diese Regelwerke ein konkretes Produkt betreffen, hängt von dessen Funktionen, Datenverarbeitung und Einsatzbereich ab. Diese Fragen sollten bereits während der Entwicklung geprüft werden. Nachträgliche Anpassungen an Software, Schnittstellen und Systemarchitektur können erheblichen Aufwand verursachen.

Einschätzung

Die europäischen Regeln sind keine unüberwindliche Hürde, aber sie verlangen Planung und eine klare Reihenfolge. Wer sie früh in Entwicklung und Marktstrategie einbezieht, spart Zeit und Kosten. Wer sie erst kurz vor dem Verkaufsstart berücksichtigt, riskiert zusätzliche Prüfungen, Änderungen und Verzögerungen.

4. Kulturen und Geschäftspraxis

Die europäischen Produktvorschriften sind weitgehend einheitlich. Im Geschäftsalltag sieht es anders aus. Was in einem Land Vertrauen schafft, kann in einem anderen zunächst wenig bewirken. Auch die Art, wie Entscheidungen getroffen, Preise verhandelt und Geschäftsbeziehungen aufgebaut werden, unterscheidet sich teilweise erheblich.

Die folgenden Beobachtungen stammen aus der internationalen Geschäftspraxis. Sie beschreiben typische Tendenzen, keine festen Regeln. Innerhalb eines Landes können sich die Erwartungen je nach Branche, Unternehmensgröße und Ansprechpartner deutlich unterscheiden.

Deutschland, Österreich und die Schweiz

In diesen Märkten zählen Sachlichkeit, Pünktlichkeit und Verbindlichkeit. Kunden wollen wissen, was sie kaufen, welche technischen Eigenschaften das Produkt hat und ob der Anbieter seine Zusagen einhalten kann. Vollständige technische Unterlagen, klare Spezifikationen und belastbare Referenzen werden häufig bereits vor einem ersten Projekt erwartet. Je nach Produkt kommen Zertifikate und weitere Nachweise hinzu.

Entscheidungen fallen nicht immer schnell. Oft müssen Einkauf, Entwicklung, Qualitätssicherung und Geschäftsführung zustimmen. Das kann dauern, hat aber auch einen Vorteil - ist die Entscheidung getroffen und sind die Vereinbarungen unterschrieben, kann man sich in der Regel darauf verlassen. Wer einen Liefertermin zusagt, muss ihn halten. Wer eine bestimmte Qualität verspricht, wird daran gemessen. Gerade deutsche Industriekunden nehmen solche Zusagen sehr genau.

Frankreich, Italien, Spanien und Portugal

Hier spielen persönliche Kontakte und Vertrauen im Geschäftsaufbau häufig eine größere Rolle. Ein gutes erstes Gespräch kann mehr bewirken als eine umfangreiche Präsentation. Die Landessprache ist dabei ein klarer Vorteil. Wer sich auf Französisch, Italienisch, Spanisch oder Portugiesisch verständigen kann, kommt oft leichter mit den richtigen Ansprechpartnern ins Gespräch.

Brasilianische Unternehmen können von ihrer Erfahrung mit einer beziehungsorientierten Geschäftskultur profitieren. In Portugal kommt die gemeinsame Sprache hinzu. Das allein reicht allerdings nicht. Auch hier zählen technische Qualität, nachvollziehbare Unterlagen und die Fähigkeit, vereinbarte Lieferungen und Leistungen zuverlässig zu erbringen.

Nordeuropa, Benelux und Mittel- und Osteuropa

In Nordeuropa sind die Hierarchien häufig flacher und Entscheidungen werden vergleichsweise direkt getroffen. Gleichzeitig sind die Erwartungen an Transparenz, Nachhaltigkeit und verantwortungsvolle Beschaffung hoch. Fragen zur Herkunft von Materialien, zu Umweltdaten und zu den Bedingungen in der Lieferkette kommen oft früh im Gespräch auf.

Die Benelux-Länder sind wichtige Handels- und Logistikstandorte mit international ausgerichteten Unternehmen. Englisch ist dort im Geschäftsalltag weit verbreitet und als erste Geschäftssprache meist selbstverständlich.

In Mittel- und Osteuropa hat sich eine leistungsfähige industrielle Basis entwickelt. Unternehmen kaufen häufig preisbewusst ein, erwarten aber zunehmend eine hohe und gleichbleibende Qualität. Wer dort anbieten möchte, sollte deshalb nicht allein über den Preis argumentieren, sondern auch seine technischen Fähigkeiten und seine Lieferzuverlässigkeit belegen können.

Was in Europa fast überall zählt

Englisch reicht in vielen internationalen Geschäftsgesprächen aus. Wer langfristig Kunden gewinnen möchte, sollte die Landessprache trotzdem nicht unterschätzen. Schon ein Ansprechpartner, der Angebote, technische Fragen und Reklamationen in der jeweiligen Sprache bearbeiten kann, erleichtert die Zusammenarbeit erheblich.

Ebenso wichtig ist die Verbindlichkeit. Verträge, Zahlungsbedingungen, Gewährleistung und Haftung werden in europäischen Geschäftsbeziehungen häufig detailliert geregelt. Auch die Erwartungen an Dokumentation, Liefertermine und die Betreuung nach dem Verkauf sind hoch. Hinzu kommt, dass Nachhaltigkeit und die Sorgfalt in der Lieferkette zunehmend Einfluss auf Einkaufsentscheidungen haben.

Einschätzung

Ein gutes Produkt öffnet die Tür, aber die Geschäftskultur entscheidet oft darüber, ob daraus ein Auftrag wird. Brasilianische Unternehmen sollten deshalb nicht versuchen, in ganz Europa mit derselben Vertriebsstrategie aufzutreten. Wer die Erwartungen seiner Zielkunden kennt, die richtigen Ansprechpartner erreicht und seine Zusagen einhält, hat deutlich bessere Chancen, dauerhaft Fuß zu fassen.

5. Zoll, Handel und Logistik

Wer Hardware aus Brasilien nach Europa liefern möchte, muss sich frühzeitig mit Zoll und Einfuhr beschäftigen. Der europäische Import folgt festen Regeln. Der Einführer benötigt eine entsprechende Zollregistrierung, und jedes Produkt muss einer Zolltarifnummer zugeordnet werden. Sie bestimmt nicht nur den geltenden Zollsatz, sondern kann auch darüber entscheiden, welche weiteren Vorschriften und Nachweise erforderlich sind.

Auch die Vorteile des EU-Mercosur-Abkommens kommen nicht automatisch zum Tragen. Wer einen reduzierten oder entfallenden Zollsatz nutzen möchte, muss den brasilianischen Ursprung der Ware nachweisen können. Dafür müssen die entsprechenden Ursprungsregeln erfüllt und die erforderlichen Nachweise sauber vorbereitet sein. Ein fehlender oder fehlerhafter Nachweis kann dazu führen, dass der erwartete Zollvorteil bei der Einfuhr nicht gewährt wird.

Zusätzlich fällt bei der Einfuhr grundsätzlich Einfuhrumsatzsteuer an. Wie diese steuerlich behandelt wird und welche Möglichkeiten zur Verrechnung bestehen, hängt von der konkreten Unternehmens- und Importstruktur ab. Das sollte mit einem Steuerberater oder Zollexperten geklärt werden, bevor die ersten Lieferungen auf den Weg gebracht werden.

Lager in Europa oder Direktversand aus Brasilien?

Neben den Zollfragen stellt sich eine ganz praktische Frage: Wie kommt die Ware zum Kunden?

Direktlieferungen aus Brasilien können bei größeren Aufträgen oder planbaren Abrufen funktionieren. Bei kurzfristigem Bedarf, kleineren Bestellmengen oder dringenden Ersatzteillieferungen werden lange Transportwege dagegen schnell zum Problem. Europäische Industriekunden wollen wissen, wann ihre Ware eintrifft. Bei einem Produktionsausfall hilft ihnen wenig, dass ein Ersatzteil bereits in Brasilien versandbereit liegt.

Ein Lager innerhalb Europas kann hier einen deutlichen Unterschied machen. Lieferzeiten verkürzen sich, Retouren und Austausch werden einfacher, und der Hersteller kann schneller auf Kundenbedarf reagieren. Dafür entstehen zusätzliche Kosten. Dazu gehören Lagerhaltung, Transport innerhalb Europas sowie mögliche steuerliche und regulatorische Pflichten.

Ein europäisches Lager lohnt sich deshalb nicht automatisch. Entscheidend sind die erwarteten Stückzahlen, die Zahl der Kunden, die Lieferanforderungen und der Bedarf an Ersatzteilen. Bei wenigen Aufträgen kann der Direktversand die wirtschaftlichere Lösung sein. Mit wachsendem Geschäft kann sich eine lokale Lagerstruktur dagegen schnell rechnen.

6. Vertriebswege und Partnerwahl

Brasilianische Hardware-Hersteller können auf unterschiedlichen Wegen in den europäischen Markt einsteigen. Welcher davon sinnvoll ist, hängt vor allem vom Produkt, den Zielkunden und den eigenen Ressourcen ab. Nicht jedes Unternehmen braucht von Anfang an eine eigene Vertriebsorganisation in Europa. Wichtig ist aber, dass jemand vor Ort die Kunden erreicht und sich um die laufende Betreuung kümmert.

Der **Direktvertrieb an OEMs** eignet sich besonders für technisch anspruchsvolle Produkte und größere Projekte. Der Hersteller behält den direkten Kontakt zum Kunden und kann technische Fragen, Angebote und Verhandlungen selbst steuern. Dafür braucht er Mitarbeiter, die erreichbar sind, die Branche kennen und auch nach dem ersten Auftrag für den Kunden da sind.

Distributoren und Systemintegratoren bringen bestehende Kundenkontakte und Marktkenntnisse mit. Sie können Produkte in ihr vorhandenes Portfolio aufnehmen und den Zugang zu neuen Kundengruppen erleichtern. Dafür verlangen sie eine entsprechende Marge und erwarten Unterstützung bei technischen Fragen, Schulungen und Kundenprojekten. Ein Hersteller sollte deshalb genau prüfen, welche Vertriebsleistung er tatsächlich erhält und wie viel Aufmerksamkeit sein Produkt beim Partner bekommt.

Handelsvertreter können insbesondere beim Aufbau neuer Märkte helfen. Sie kennen häufig die Ansprechpartner in bestimmten Branchen und Ländern und können erste Gespräche vermitteln. Allerdings sollte klar geregelt sein, welche Aufgaben sie übernehmen, wie die Vergütung aussieht und ob sie auch nach der Kontaktvermittlung an der Entwicklung des Geschäfts beteiligt bleiben.

Fachmessen sind ebenfalls ein sinnvoller Weg, um Kontakte aufzubauen. Veranstaltungen wie die electronica in München oder die embedded world in Nürnberg bringen Hersteller, Entwickler, Einkäufer und andere Entscheider zusammen. Sie eignen sich besonders dazu, Produkte vorzustellen, technische Gespräche zu führen und potenzielle Vertriebspartner kennenzulernen. Ein Messestand allein bringt allerdings noch keine Aufträge. Entscheidend ist die Nacharbeit mit den richtigen Kontakten.

Den richtigen Partner auswählen

Unabhängig vom Vertriebsweg sollte die Auswahl eines europäischen Partners nicht allein vom angebotenen Verkaufspreis oder der geforderten Marge abhängen.

Ein Distributor kann beispielsweise gleichzeitig als Importeur auftreten. Ein anderer Partner übernimmt möglicherweise die Funktion eines Bevollmächtigten oder kümmert sich um technische Unterstützung und Reklamationen. Diese Rollen haben unterschiedliche Aufgaben und Verantwortlichkeiten. Sie müssen vor Beginn der Zusammenarbeit eindeutig festgelegt werden.

Ebenso wichtig sind klare Vereinbarungen zu Vertriebsgebieten, Gebietsschutz, Mindestleistungen, Kundenzuordnung und Dokumentation. Auch die Frage, was passiert, wenn die Zusammenarbeit nicht funktioniert, gehört von Anfang an in den Vertrag.

Ein Partner mit vielen Kontakten auf dem Papier ist nicht automatisch der richtige. Entscheidend ist, ob er die Zielkunden tatsächlich erreicht, das Produkt versteht und bereit ist, sich langfristig darum zu kümmern.

Einschätzung

Ein guter Vertriebspartner kann einem brasilianischen Hersteller den Zugang zu europäischen Kunden erheblich erleichtern. Er ist häufig weit mehr als ein Verkäufer - er kennt den Markt, hält Kontakte zu den Kunden und übernimmt je nach Vereinbarung auch Aufgaben rund um Import, Produktverantwortung und Service.

Wer bei der Auswahl nur auf die Vertriebsmarge schaut, übersieht schnell, was später im Tagesgeschäft entscheidend wird. Ein ungeeigneter Partner kann Kundenbeziehungen kosten, Lieferungen verzögern und den gesamten Markteintritt erschweren. Deshalb sollte die Auswahl genauso sorgfältig erfolgen wie die eines wichtigen Lieferanten.

7. Service, Gewährleistung und Support

Ein gutes Produkt allein reicht nicht, wenn der Kunde bei einem Problem niemanden erreicht. Europäische Industriekunden erwarten schnelle Unterstützung, einen Ansprechpartner in ihrer Zeitzone und klare Regelungen für Reparaturen, Austausch und Gewährleistung.

Ein Support, der ausschließlich von Brasilien aus organisiert wird, stößt dabei schnell an Grenzen. Zeitverschiebung, Sprachprobleme und lange Transportwege machen die Bearbeitung von Reklamationen schwierig. Muss ein defektes Gerät erst über den Atlantik zurückgeschickt werden, bevor Ersatz geliefert werden kann, verliert der Kunde wertvolle Zeit. Gerade bei industriellen Anwendungen kann das erhebliche Folgen haben.

Deshalb sollte der Service bereits vor dem ersten Verkauf geregelt sein. Dazu gehört ein Ansprechpartner in Europa, der während der üblichen Geschäftszeiten erreichbar ist. Hinzu kommt ein lokaler Servicepartner, der Reparaturen oder den Austausch defekter Geräte übernehmen kann. Auch ein kleiner Bestand an Ersatzgeräten und wichtigen Ersatzteilen kann entscheidend sein, wenn ein Kunde kurzfristig Hilfe benötigt.

Ebenso wichtig sind klare schriftliche Vereinbarungen zur Gewährleistung. Sie sollten festlegen, wer im Reklamationsfall zuständig ist, wie schnell reagiert werden muss, wer Transport- und Reparaturkosten trägt und wie der Austausch organisiert wird.

Der Aufbau einer solchen Struktur kostet Geld und erfordert verlässliche Partner. Sie sollte deshalb von Anfang an in die Kalkulation einfließen und nicht erst dann entstehen, wenn die ersten Reklamationen auf dem Tisch liegen. In vielen Fällen entscheidet gerade die Qualität des Supports darüber, ob ein Kunde nach einem Pilotprojekt weitere Aufträge vergibt.

8. Fertigung in Europa als strategische Option

Nicht jeder brasilianische Hersteller muss seine Produktion nach Europa verlagern, um dort erfolgreich zu verkaufen. Bei bestimmten Produkten, größeren Stückzahlen oder besonderen Kundenanforderungen kann eine lokale Fertigung oder Endmontage jedoch erhebliche Vorteile bringen.

Kürzere Lieferzeiten, die Nähe zum Kunden und eine bessere Reaktionsfähigkeit sind dabei wichtige Argumente. Auch ein europäischer Fertigungsstandort kann bei Kunden Vertrauen schaffen, insbesondere wenn sie auf eine verlässliche Versorgung und kurze Wege bei technischen Änderungen angewiesen sind. Darüber hinaus lassen sich Anforderungen an Konformität, Rückverfolgbarkeit und Stoffbeschränkungen häufig einfacher vor Ort organisieren und nachweisen.

Eine Verlagerung hat allerdings ihren Preis. Fertigungskosten können in Europa deutlich höher liegen als in Brasilien. Hinzu kommen der Aufwand für den Wissenstransfer, die Qualifizierung des Fertigungspartners und die Frage, wie sich das eigene Fertigungswissen und geistige Eigentum schützen lassen.

Gerade der letzte Punkt sollte nicht unterschätzt werden. Ein europäischer Fertigungspartner benötigt technische Unterlagen und Prozesswissen, um zuverlässig produzieren zu können. Es sollte deshalb genau festgelegt werden, welche Daten und Kenntnisse weitergegeben werden, wer darauf zugreifen darf und wie sie vertraglich geschützt sind. Eine schrittweise Übergabe und eine klare Aufteilung der Fertigungsaufgaben können das Risiko reduzieren. Voraussetzung bleibt eine sorgfältige Auswahl des Partners.

Welcher Standort kommt infrage?

Deutschland kann eine gute Wahl sein, wenn die Nähe zu wichtigen Industriekunden, technische Zusammenarbeit und das Vertrauen in den Fertigungsstandort im Vordergrund stehen. Wenn die dortige Kostenstruktur für das Produkt nicht passt, können andere europäische Länder wirtschaftlich interessanter sein. Entscheidend ist nicht, welcher Standort den besten Ruf hat, sondern wo sich Qualität, Kosten, Lieferzeiten und Kundennähe sinnvoll verbinden lassen.

Ein hybrides Fertigungsmodell

Eine weitere Möglichkeit ist, die Produktion nicht vollständig zu verlagern, sondern die Aufgaben zwischen Brasilien und Europa aufzuteilen.

Entwicklung, Prototypen und gegebenenfalls Teile der Fertigung bleiben in Brasilien. Die Versorgung europäischer Kunden erfolgt dagegen über einen Standort innerhalb Europas. Dort kann entweder die Endmontage stattfinden oder ein europäischer EMS-Partner übernimmt die vollständige Fertigung.

So bleibt ein Teil der bestehenden Fertigungsstruktur in Brasilien erhalten, während die Kunden in Europa von kürzeren Lieferwegen und einem Ansprechpartner vor Ort profitieren. Das Modell lässt sich schrittweise aufbauen und an die tatsächliche Nachfrage anpassen.

Einschätzung

Eine Fertigung in Europa ist keine Voraussetzung, um dort Kunden zu gewinnen. Sie kann aber ein entscheidender Vorteil werden, wenn die Aufträge wachsen und europäische Kunden kurze Lieferzeiten, lokale Verfügbarkeit oder eine Fertigung vor Ort erwarten.

Wer diese Möglichkeit bereits beim Markteintritt berücksichtigt, kann später leichter darauf umstellen. Dann müssen Fertigungsprozesse, Verträge und Zuständigkeiten nicht erst unter Zeitdruck neu organisiert werden.

9. Ein Fahrplan in fünf Phasen

Der Markteintritt in Europa sollte schrittweise vorbereitet werden. Die fünf Phasen zeigen, welche Fragen in welcher Reihenfolge geklärt werden müssen. In der Praxis können einzelne Arbeiten parallel laufen. Wichtig ist jedoch, dass die rechtlichen und organisatorischen Voraussetzungen erfüllt sind, bevor die ersten Produkte tatsächlich auf dem europäischen Markt bereitgestellt werden.

Phase	Aufgaben	Ergebnis
1. Orientierung und Marktprüfung	Produkt und Geschäftsmodell bewerten, Zielmärkte und Kundengruppen festlegen, relevante EU-Vorschriften identifizieren und erste Marktchancen prüfen	Klare Einschätzung der Marktreife und ein realistischer Fahrplan
2. Konformität und rechtliche Struktur	Erforderliche Prüfungen und technische Dokumentation vorbereiten, Konformitätserklärung und CE-Kennzeichnung klären, verantwortlichen Wirtschaftsakteur und Importeur festlegen, WEEE-, Batterie- und Verpackungsregistrierungen vorbereiten und abschließen	Die rechtlichen und regulatorischen Voraussetzungen für den Marktzugang sind geklärt
3. Marktzugang und erste Kundenprojekte	Zielkunden ansprechen, geeignete Vertriebspartner auswählen, erste Gespräche und Pilotprojekte vorbereiten, technische Anforderungen und Kundenfreigaben abstimmen	Erste Kundenkontakte, Pilotprojekte und eine Grundlage für spätere Referenzen
4. Aufbau von Lieferkette und Service	Zollabwicklung, Importprozesse, Lagerhaltung, Ersatzteilversorgung und lokalen technischen Support organisieren	Eine belastbare Liefer- und Betreuungsstruktur für europäische Kunden
5. Ausbau und Skalierung	Vertrieb auf weitere Länder und Kundengruppen ausweiten, Lieferkapazitäten anpassen und bei Bedarf lokale Endmontage oder eine Fertigung in Europa aufbauen	Eine tragfähige Marktposition und eine Lieferstruktur, die mit dem Geschäft wachsen kann

Wichtig vor den ersten Pilotlieferungen:

Eine Pilotlieferung ist nicht automatisch von den europäischen Produkt- und Registrierungspflichten ausgenommen. Werden Geräte im Rahmen einer Geschäftstätigkeit erstmals auf dem EU-Markt bereitgestellt, kann dies bereits als Inverkehrbringen gelten. Deshalb müssen die erforderlichen Registrierungen und die Zuständigkeiten für Import und Herstellerverantwortung aus Phase 2 vor der jeweiligen Lieferung geklärt sein. Reine Prüfmuster, die ausschließlich für interne Tests bestimmt sind, können anders zu beurteilen sein. Das muss anhand des konkreten Ablaufs geprüft werden.

Auch die Zollabwicklung aus Phase 4 sollte früh vorbereitet werden. Die eigentliche Organisation von Lager, Service und Ersatzteilversorgung kann dagegen mit den ersten Kundenprojekten weiter ausgebaut werden.

Die Phasen müssen nicht strikt nacheinander abgearbeitet werden. Eine mögliche Fertigung in Europa sollte beispielsweise bereits bei der ersten Marktprüfung berücksichtigt werden, weil sie Einfluss auf Partnerwahl, Kosten, Verträge und Lieferstruktur hat.

10. Wie die EMS Strategy Group Hersteller begleitet

Die EMS Strategy Group unterstützt brasilianische Hardware-Entwickler und OEMs beim Aufbau ihres Geschäfts in Europa. Dabei geht es nicht nur um Empfehlungen auf dem Papier. Wir begleiten die notwendigen Schritte und bringen die beteiligten Unternehmen, Fachleute und Partner zusammen.

Unsere Erfahrung kommt aus der internationalen Elektronikfertigung und dem Aufbau von Produktions- und Lieferstrukturen. Mit Aktivitäten in Deutschland und Brasilien kennen wir die Anforderungen auf beiden Seiten und wissen, worauf es bei der Zusammenarbeit zwischen brasilianischen Herstellern und europäischen Kunden ankommt.

Am Anfang steht die Frage, ob das Produkt und das Unternehmen für den europäischen Markt bereit sind. Gemeinsam mit dem Entwicklungsteam prüfen wir die relevanten Anforderungen, gleichen den vorhandenen Entwicklungsstand mit den geltenden Vorschriften ab und zeigen auf, wo noch Arbeit notwendig ist. Daraus entsteht ein Marktreife-Check mit einer klaren Reihenfolge der nächsten Schritte.

Anschließend unterstützen wir beim Aufbau der notwendigen Strukturen. Wir koordinieren die Zusammenarbeit mit Prüflaboren, helfen bei der Zusammenstellung der technischen Dokumentation und klären gemeinsam mit den zuständigen Fachleuten, welche Rolle Importeur, Bevollmächtigter und nationale Registrierungen spielen. Dabei ist die Abgrenzung wichtig: Wir sind weder Prüfstelle noch Rechts- oder Steuerberater. Unsere Aufgabe ist es, die richtigen Beteiligten zusammenzubringen und dafür zu sorgen, dass die einzelnen Aufgaben nicht nebeneinander, sondern aufeinander abgestimmt bearbeitet werden.

Beim Marktzugang geht es darum, die richtigen Kunden und Vertriebspartner zu finden. Wir helfen bei der Auswahl geeigneter Zielsegmente, bereiten Unternehmen auf die Besonderheiten der jeweiligen Märkte vor und nutzen unsere Kontakte in der Elektronikbranche, um Gespräche mit potenziellen Geschäftspartnern anzubahnen. Auch bei der Vorbereitung und Umsetzung erster Pilotprojekte unterstützen wir.

Wenn die ersten Kunden gewonnen sind, müssen Lieferkette, Logistik und Service funktionieren. Auch hier begleiten wir den Aufbau der notwendigen Strukturen.

Wird später eine Fertigung in Europa sinnvoll, unterstützen wir bei der Suche und Qualifizierung eines geeigneten EMS-Partners. Wir begleiten die Übertragung von Fertigungswissen, achten auf den Schutz des geistigen Eigentums und unterstützen den Produktionsanlauf bis zur stabilen Serienfertigung.

Unser Anspruch ist, dass aus einer guten Produktidee ein funktionierendes Geschäft in Europa wird – mit klaren Zuständigkeiten, verlässlichen Partnern und einer Fertigungs- und Lieferstruktur, die zum tatsächlichen Bedarf passt.

11. Typische Fehler beim Markteintritt

Viele Schwierigkeiten beim Eintritt in den europäischen Markt entstehen nicht durch das Produkt selbst, sondern durch Entscheidungen, die zu spät getroffen werden.

Ein häufiger Fehler ist, sich erst nach Abschluss der Entwicklung mit den europäischen Vorschriften zu beschäftigen. Dann fehlen möglicherweise Prüfungen, Dokumente oder bestimmte technische Voraussetzungen. Im ungünstigsten Fall müssen Hardware oder Software noch einmal angepasst werden. Das kostet Zeit und Geld und kann den geplanten Verkaufsstart erheblich verzögern.

Ebenso problematisch ist die Annahme, ein einziger Vertriebspartner könne sämtliche Aufgaben übernehmen. Distributor, Importeur, Bevollmächtigter und Servicepartner haben unterschiedliche Funktionen und Verantwortlichkeiten. Manchmal kann ein Unternehmen

mehrere dieser Rollen abdecken. Das sollte aber ausdrücklich geklärt und nicht einfach vorausgesetzt werden.

Auch kulturelle Unterschiede werden häufig unterschätzt. Ein Angebot, das in Brasilien zu einem guten Gespräch führt, muss bei einem deutschen Industriekunden nicht dieselbe Wirkung haben. Unklare Lieferzusagen, fehlende technische Unterlagen oder ein nicht erreichbarer Ansprechpartner können das Vertrauen schnell beschädigen.

Ein weiterer Fehler ist, den Verkaufspreis isoliert zu betrachten. Zoll, Transport, Lagerhaltung, Rücknahmen und Servicekosten gehören ebenfalls in die Kalkulation. Ein Produkt, das ab Werk in Brasilien preislich attraktiv erscheint, kann beim europäischen Kunden deutlich teurer werden als erwartet.

Schließlich versuchen manche Unternehmen, zu viele Dinge gleichzeitig aufzubauen. Sie suchen Vertriebspartner, richten ein Lager ein, planen eine Fertigung und bearbeiten mehrere Länder, bevor überhaupt ein erster Kunde gewonnen wurde. Das bindet Kapital und Personal, ohne dass bereits klar ist, wo die tatsächliche Nachfrage liegt.

Besser ist es, zunächst einen geeigneten Zielmarkt zu wählen, erste Kunden zu gewinnen und aus diesen Projekten zu lernen. Danach lässt sich der weitere Ausbau auf einer belastbareren Grundlage entscheiden.

Fazit

Europa ist für brasilianische Hardware-Entwickler und OEMs ein erreichbarer Markt mit erheblichen Chancen. Die industrielle Basis ist stark, die Nachfrage nach technischen Spezialprodukten vorhanden und der gemeinsame Binnenmarkt ermöglicht den Zugang zu zahlreichen Ländern, wenn die geltenden Produktanforderungen erfüllt sind. Das EU-Mercosur-Abkommen verbessert zusätzlich den handelspolitischen Rahmen.

Der Markteintritt ist dennoch kein Selbstläufer. Die europäischen Vorschriften zu Produktsicherheit, Cybersicherheit, Umwelt, Verpackung und Daten müssen früh berücksichtigt werden. Ebenso wichtig sind die richtige Vertriebsstruktur, ein funktionierender Service und ein Verständnis dafür, wie europäische Kunden arbeiten und welche Verbindlichkeit sie erwarten.

Nicht jedes Unternehmen muss dafür sofort eine eigene Niederlassung oder Fertigung in Europa aufbauen. Häufig ist es sinnvoller, mit einem klar definierten Zielmarkt, geeigneten Partnern und ersten Kundenprojekten zu beginnen. Wenn die Nachfrage wächst, können Lagerhaltung, lokale Endmontage oder eine vollständige Fertigung in Europa hinzukommen.

Der entscheidende Punkt ist, diese Fragen nicht einzeln zu betrachten. Produktkonformität, Import, Vertrieb, Kundenbetreuung und Fertigung hängen unmittelbar zusammen. Werden sie von Anfang an aufeinander abgestimmt, lassen sich unnötige Umwege und kostspielige Korrekturen vermeiden.

Die EMS Strategy Group begleitet brasilianische Hersteller dabei – von der ersten Einschätzung der Marktchancen bis zum Aufbau von Vertrieb, Service und, wo sinnvoll, einer Fertigung in Europa.

QUELLEN UND WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

Jones Day
EU Cyber Resilience Act, 24-Hour Reporting Duties Start September 11, 2026, Juli 2026.
https://www.jonesday.com/en/insights/2026/07/eu-cyber-resilience-act-24hour-reporting-duties-start-september-11-2026

Hogan Lovells
EU Cyber Resilience Act, Key 2026 milestones toward CRA compliance.
https://www.hoganlovells.com/en/publications/eu-cyber-resilience-act-getting-ready-for-cra-compliance-in-2026

IoT Security Foundation
European Union Radio Equipment Directive – Executive Brief. Delegierte Verordnung (EU) 2022/30, Geltung ab 1. August 2025.
https://iotsecurityfoundation.org/wp-content/uploads/2025/09/EUROPEAN-UNION-RADIO-EQUIPMENT-DIRECTIVE-EU-RED-EXECUTIVE-BRIEF.pdf

Umweltbundesamt
Elektronikgeräte – Herstellerpflichten EU-weit.
https://www.umweltbundesamt.de/themen/elektronikgeraete-herstellerpflichten-eu-weit

Heuking
PPWR Factsheet – The New EU Packaging Regulation at a Glance.
https://www.heuking.de/fileadmin/DATA/Beratungsschwerpunkte/Verpackungsverordnung/Downloads/PPWR_Factsheet_en.pdf

AKOS – Agency for Communication Networks and Services of the Republic of Slovenia
Digital Omnibus on Artificial Intelligence.
https://www.akos-rs.si/en/umetna-inteligenca/explore/frequently-asked-questions-and-answers/digital-omnibus-on-artificial-intelligence

Europäische Kommission – Access2Markets
EU-Mercosur Partnership Agreement and Interim Trade Agreement.
https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/eu-mercosur-partnership-agreement-and-interim-trade-agreement

Europäische Kommission
Guidelines for economic operators and market surveillance authorities on the practical implementation of Article 4 of Regulation (EU) 2019/1020.
https://ec.europa.eu/docsroom/documents/44908/attachments/2/translations/en/renditions/pdf

Über den Autor

Dirk Kaussen ist Gründer und Geschäftsführer der EMS Strategy Group. Mit rund 40 Jahren Erfahrung in der Elektronikindustrie — darunter die Gründung einer eigenen Elektronikfertigung in Deutschland — verfügt er über tiefgreifende Expertise in Fertigungsprozessen, EMS-Partnerauswahl, Lieferkettenstabilität, Verlagerungsprojekten und Risikomanagement. Sein Ansatz verbindet praxisnahe Lösungen mit direktem Bezug zur industriellen Realität.

Über die EMS Strategy Group

Die EMS Strategy Group unterstützt Industrieunternehmen bei der strategischen und operativen Weiterentwicklung ihrer Elektronikfertigung. Schwerpunkte sind die strategische Verlagerung von Fertigungsvolumen, die Auswahl qualifizierter EMS-Partner, der Aufbau neuer Produktionskapazitäten sowie die Erweiterung bestehender Fertigungsstrukturen.

Darüber hinaus sichern wir Lieferketten durch Risikoanalysen, Dual-Sourcing-Strategien und maßgeschneiderte Supply-Chain-Konzepte, mit operativer Begleitung bis zum Serienhochlauf.

www.emssg.com | LinkedIn: Dirk Kaussen

Rechtlicher Hinweis / Haftungsausschluss

Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen, Analysen und Empfehlungen wurden mit größter Sorgfalt und nach bestem Wissen erstellt. Sie dienen ausschließlich allgemeinen Informationszwecken im B2B-Kontext und stellen keine Rechts-, Steuer-, technische oder betriebswirtschaftliche Beratung dar, die auf eine spezifische Situation zugeschnitten ist. Die Inhalte dieses Dokuments können und sollen eine individuelle, qualifizierte Fachberatung oder wirtschaftliche Machbarkeitsstudien nicht ersetzen. Alle genannten Markt-, Statistik- und Brancheninformationen basieren auf öffentlich zugänglichen Quellen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung.

Regulatorischer Vorbehalt: Da sich gesetzliche Vorgaben, Richtlinien, Normen und deren offizielle Auslegungsvorschriften (insbesondere auf EU- und internationaler Ebene) kontinuierlich weiterentwickeln, spiegeln alle Angaben den Stand zum Zeitpunkt der Erstellung wider. Sie stehen unter dem ausdrücklichen Vorbehalt späterer offizieller Veröffentlichungen oder Gesetzesänderungen. Ausschließlich die offiziellen Gesetzestexte und behördlichen Publikationen sind rechtsverbindlich.

Gewährleistungs- und Haftungsausschluss: Obwohl alle zumutbaren Anstrengungen unternommen wurden, um die Richtigkeit der bereitgestellten Informationen zu gewährleisten, übernimmt die EMS Strategy Group keine ausdrückliche oder stillschweigende Gewährleistung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität der Inhalte.

Soweit gesetzlich zulässig, ist jegliche Haftung der EMS Strategy Group für direkte, indirekte, zufällige, Folge- oder sonstige Schäden ausgeschlossen, die aus der Nutzung, dem Vertrauen auf oder der praktischen Umsetzung von Informationen, Strategien, Empfehlungen oder Bewertungskriterien dieses Dokuments entstehen.

Urheberrecht und Weitergabe: Dieses Dokument darf in seiner ursprünglichen, unveränderten Form weitergegeben und geteilt werden, vorausgesetzt, die vollständige Nennung und Urheberbezeichnung der EMS Strategy Group bleibt jederzeit erhalten.

Steuerrechtliche Abgrenzung / Keine Steuerberatung: Soweit in diesem Dokument steuerliche oder abgabenrechtliche Aspekte angesprochen werden, erfolgt dies ausschließlich im Rahmen einer allgemeinen strategischen oder wirtschaftlichen Betrachtung und nicht als individuelle steuerrechtliche Prüfung, Beratung oder Gestaltung. Die EMS Strategy Group übernimmt keine auf den konkreten Einzelfall bezogene Hilfeleistung in Steuersachen. Die Beurteilung konkreter steuerlicher Auswirkungen und die Entwicklung oder Prüfung steuerlicher Gestaltungen sind einem hierzu befugten Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Rechtsanwalt oder einer sonst gesetzlich befugten Stelle vorbehalten.

EMS STRATEGY GROUP

www.emssg.com | LinkedIn: Dirk Kaussen

© 2026 EMS Strategy Group. Alle Rechte vorbehalten. Dieses Dokument darf mit Quellenangabe frei zitiert werden.