

Fit für Auslandsmärkte



- ▼ **Geschäft gut vorbereiten**
- ▼ Eigene Situation analysieren
- ▼ Produkte und Konkurrenz bewerten
- ▼ Ziele vorgeben

Geschäft gut vorbereiten

Die Entscheidung für ein Engagement im Ausland sollte als strategische Führungsaufgabe von der Geschäftsleitung getroffen werden. Sie muss gründlich vorbereitet sein - je nach Produkt und Zielland sind unter Umständen mehrere Jahre Vorlauf erforderlich.

Das Auslandsengagement beeinflusst die gesamten betrieblichen Abläufe. Oftmals sind organisatorische Änderungen, beispielsweise im Marketing, im Vertrieb oder im Rechnungswesen erforderlich. Hierfür ist eine offensive Informationspolitik im Unternehmen notwendig. Nur wenn Mitarbeiter verstehen, warum neue Wege eingeschlagen werden und warum für eine Zeit höhere Belastungen entstehen, werden sie bereit sein, mitzuziehen.

Prüfen Sie Ihre zeitlichen und fachlichen Ressourcen gemeinsam mit einem Berater. Es gibt Förderprogramme des Bundes und der Länder, die kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) Beratung zur Verfügung stellen oder sich an den Kosten der Beratung beteiligen.

Beratungsprogramme und Angebote der Bundesländer

- ▶ [Baden Württemberg - Beratungsprogramm für KMU](#)
- ▶ [Baden-Württemberg: Unterstützungsangebot für Handwerksunternehmen](#)
- ▶ [Außenwirtschaftszentrum Bayern](#)
- ▶ [Förderangebote der Investitionsbank Berlin](#)
- ▶ [Förderangebote der Investitionsbank Brandenburg](#)
- ▶ [Förder- und Beratungsangebote der Wirtschaftsförderung Bremen GmbH](#)
- ▶ [Beratungsangebote der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH](#)
- ▶ [Hessen - Außenwirtschaftsberatungsprogramm für KMU](#)
- ▶ [Förderangebote des Landesförderinstituts Mecklenburg-Vorpommern](#)
- ▶ [Niedersachsen - Internationalisierungsberatung](#)
- ▶ [NRW International](#)
- ▶ [ISB Rheinland-Pfalz - Förderung von A-Z](#)
- ▶ [Saarland - Internationalisierung](#)
- ▶ [Sachsen - Betriebsberatung / Coaching](#)
- ▶ [Sachsen-Anhalt - Beratungshilfeprogramm für KMU](#)
- ▶ [Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH](#)

Eigene Situation analysieren

Fast jeder Unternehmer stellt sich die Frage, ob seine Produkte auch im Ausland Erfolg bringen. Oft unterbleibt ein Export aus Unsicherheit, ob die eigenen Angebote konkurrenzfähig sind. Die Praxis zeigt: Viel mehr Produkte eignen sich für das Auslandsgeschäft als angenommen.

Die deutsche Wirtschaft genießt international einen ausgezeichneten Ruf. Von diesem positiven Image profitieren alle Unternehmen, die im Ausland tätig werden wollen. 'Made in Germany' gilt auf den Märkten der Welt als Synonym für ausgereifte Technik, Langlebigkeit und Qualität.

Gleichwohl sollte sich jeder Unternehmer vor dem Schritt ins Ausland zunächst folgende Fragen stellen:

- Was zeichnet das eigene Produkt im Verhältnis zur Konkurrenz aus?
- Wie sieht der Markt aus?
- Geht es um die Erschließung neuer Märkte oder um eine Ergänzung zu den angestammten Märkten?
- Ist im Management und der Geschäftsführung eigentlich genügend Freiraum vorhanden, um die Auslandsaktivitäten vorbereiten zu können? Gibt es genügend Know-how bei den Mitarbeitern?
- Wie viel Aufwand, aber auch wie viel Risiko verträgt das Unternehmen? Was ist das Renditeziel? Was die minimale, was die maximale Absatzmenge, die erreicht werden muss oder kann?
- Wie sieht der zeitliche Rahmen aus?
- Welche begleitenden Maßnahmen sind notwendig: Druck von Werbematerial, Schulung von Mitarbeitern?

Produkte und Konkurrenz bewerten

Eine Produktanalyse erfolgt am besten im direkten Vergleich mit Konkurrenzprodukten. Wichtige Analysepunkte sind:

- Um welche Art von Produkt geht es: End- oder Zulieferprodukt, Massenartikel oder Einzelstücke? Handelt es sich um einen Markenartikel?
- Ist das Produkt hochwertig und langlebig ?
- Wie ist der Vertrieb bisher strukturiert: Einzelhandel, Supermärkte, Endabnehmer, Großhandel, Einzelkunden? Über welchen Weg werden die größten Stückzahlen abgesetzt?
- Wie ist der Markt strukturiert? Gibt es wenige Wettbewerber oder viele? Sind einige davon im Zielland bereits vertreten oder planen dies?
- Wie sieht die Preis- und Erlössituation aus? Wie hoch ist die Preiselastizität? Wie groß sind die Preisunterschiede zu Konkurrenzprodukten?
- Wird ein anderes Preissegment im Zielland angestrebt?

Ziele vorgeben

Zumeist unterscheiden sich die Analyseergebnisse für einen ausländischen deutlich vom inländischen Markt. Wer im Ausland aktiv wird, ist in der Rolle des Marktneulings, der sich im

neuen Markt behaupten muss. Insofern werden die Ziele andere sein. Deshalb sind bestimmte Zielvorgaben wichtig, beispielsweise:

- Warum wird ein Auslandsengagement erwogen: Abrundung des Geschäfts, Öffnung neuer Märkte?
- Welche Stückzahlen sollen erreicht werden?
- Was ist, wenn das Auslandsengagement über Erwarten gut oder schlecht anläuft?
- Besteht genügend Kapazität, um steigende Nachfrage bedienen zu können?
- Was ist, wenn Kapazitäten bei schleppendem Verlauf nicht genutzt werden?
- Welche finanziellen Mittel stehen zur Verfügung? Ein Auslandsgeschäft unterscheidet sich nicht wesentlich von einer Investition in Forschung und Entwicklung. Ein im Vorfeld festgelegtes Budget für das Engagement im Ausland hilft, den Schritt ins Ausland auch im Fall eines Misserfolges finanziell kalkulierbar zu halten.
- Müssen für die Exportbemühungen andere für das Unternehmen wichtige Bereiche (Produktentwicklung, andere Marketingaktivitäten) eingeschränkt werden?
- Wie werden die organisatorischen Veränderungen aufgefangen? Können die Mitarbeiter die zusätzliche Arbeit leisten? Kann die jetzige Infrastruktur (Produktion, Logistik, Rechnungswesen, Verkauf, Vertrieb) zusätzliche Aufgaben, zumindest in der Anfangsphase, übernehmen oder müssen Kapazitäten zusätzlich aufgebaut werden?

22 Personen fanden diese Seite hilfreich. Sie auch?

Ja

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2018 IXPOS

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.