



## Test: Sind Sie fit für's Auslandsgeschäft?

Der Kompetenzcheck für KMU. Testen Sie die Exportfähigkeit Ihres Unternehmens.

### KOMPETENZ-CHECK INTERNATIONAL

Der Einstieg ins Auslandsgeschäft fordert ein Unternehmen heraus. Wesentlich für den Erfolg ist die richtige Strategie. Hier setzt der Kompetenz-Check International an. Er ist für kleinere Unternehmen konzipiert, die erste Schritte ins Auslandsgeschäft gehen oder den Einstieg planen.

Der Test zeigt Ihnen, wie gut Sie für das Auslandsgeschäft vorbereitet sind. Vier Fragen in acht Themenfeldern geben Auskunft über Ihre Stärken und Schwächen sowie geeignete Maßnahmen.

Das Rationalisierungs- und Innovationszentrum der deutschen Wirtschaft e.V. (RKW) hat den Kompetenz-Check entwickelt. Experten aus Verbänden, Kammern und der Wirtschaftsförderung sowie Unternehmer und Wissenschaftler haben das RKW fachlich unterstützt.

Testen Sie Ihre Kompetenz für Auslandsgeschäfte und überprüfen Sie, ob Ihr Unternehmen exportfähig ist!

### UNTERNEHMENSSTRATEGIE FÜR DAS AUSLANDSGESCHÄFT

Hat Ihr Unternehmen seine Potenziale im deutschen Markt ausgeschöpft?

1. Unser Geschäft läuft hauptsächlich im Inland.
2. Wir könnten uns vorstellen, in das Auslandsgeschäft einzusteigen.
3. Wir haben schon Aktivitäten ergriffen, um unsere Absatzchancen auf das Auslandsgeschäft auszudehnen.
4. Wir sind im deutschen Markt gut aufgestellt und nehmen neue Absatzchancen im Ausland wahr.

Welche Absatzchancen kann Ihnen das Auslandsgeschäft bieten?

1. Wir suchen neue Absatzmärkte.

2. Wir haben Produkte/ Dienstleistungen, die für das Auslandsgeschäft geeignet sind.
3. Wir prüfen derzeit, welche Produkte/ Dienstleistungen für welche Auslandsmärkte geeignet sind.
4. Unser Ziel ist es, unsere Produkte/ Dienstleistungen langfristig im Auslandsmarkt zu etablieren.

## Wie werden Sie das geplante Auslandsgeschäft in die Unternehmensstrategie einbinden und im Unternehmen bekannt machen?

1. Darüber haben wir noch keine konkreten Vorstellungen.
2. Wir haben unsere Ziele für das Auslandsgeschäft formuliert.
3. Wir haben eine Strategie für das Auslandsgeschäft formuliert und die Leitungsebene steht dahinter.
4. Wir haben einen Business-Plan aufgestellt und die Mitarbeiter sind eingebunden.

## Haben Sie sich mit den Auswirkungen des Auslandsgeschäfts auf Ihre inländische Geschäftssituation befasst?

1. Wir sehen zwischen unseren Auslandsaktivitäten und der inländischen Situation keinen Zusammenhang.
2. Wir denken, dass wir unsere Kunden im Inland gleich bleibend gut bedienen können.
3. Wir werden Belastungsspitzen ausgleichen.
4. In unseren Planungen berücksichtigen wir sowohl die Anforderungen des Auslands- als auch des Inlandsgeschäfts.

## **WETTBEWERBSSITUATION IM AUSLANDSMARKT**

### Kennen Sie nationale und internationale Wettbewerber im Zielmarkt?

1. Nein, wir kennen sie noch nicht.
2. Wir kennen einige Wettbewerber, aber haben noch keinen vollständigen Überblick.
3. Wir recherchieren die Wettbewerbssituation.
4. Wir kennen alle Wettbewerber und beobachten die Entwicklung systematisch.

### Kennen Sie die Angebote Ihrer Wettbewerber im Zielmarkt?

1. Wir haben uns darüber noch nicht ausreichend informiert.
2. Wir kennen die Produkte und Dienstleistungen nationaler Anbieter.
3. Wir haben einen Überblick über das Angebotsspektrum der Wettbewerber im Zielmarkt.
4. Wir kennen die technologische Entwicklung in Europa. Wir verfolgen laufend die internationale Entwicklung unserer Branche.

### Welches Preisniveau können Sie im Zielmarkt realisieren?

1. Das wissen wir noch nicht.
2. Wir kennen das Preisniveau nationaler Wettbewerber.
3. Wir haben einen Überblick über das Preisniveau europäischer Wettbewerber.
4. Wir verfolgen die Entwicklungen der Preise international und haben eine klare Vorstellung über die Preisbildung.

### Kennen Sie die Marktdaten im Zielmarkt?

1. Nein, noch nicht genau.
2. Wir haben uns einen ersten Überblick über die Marktdaten – Marktpotenzial, Marktvolumen – verschafft.
3. Das aktuelle Marktvolumen eröffnet uns neue Absatzchancen.

4. Wir schätzen das Marktpotenzial im Zielmarkt so ein, dass wir auch langfristig Absatzmöglichkeiten haben.

## KUNDEN IM ZIELMARKT

### Kennen Sie Kundenverhalten und Trends Ihrer Branche im Zielmarkt?

1. Bisher noch nicht.
2. Wir haben einige Fakten z. B. aus Branchenberichten ermittelt.
3. Wir sammeln Information über Kundenverhalten und Trends unserer Branche und kennen gängige Marktforschungsinstrumente.
4. Wir beobachten systematisch das Kundenverhalten im Zielmarkt und reagieren darauf.

### Welche Kundengruppen wollen Sie mit Ihrem Angebot erreichen?

1. Das haben wir für unseren Zielmarkt noch nicht festgelegt.
2. Wir prüfen, ob sich die Kundengruppen im Zielmarkt von unseren Kunden in Deutschland unterscheiden.
3. Wir haben eine Vorstellung über unsere zukünftigen Kundengruppen.
4. Wir kennen unsere Kundengruppen im Zielmarkt und wissen wie wir sie erreichen.

### Wissen Sie, ob für die Markteinführung eine Anpassung Ihrer Produkte an Anforderungen des Zielmarkts oder Kundenwünsche erforderlich ist?

1. Nein, das wissen wir noch nicht.
2. Wir sind über die Anforderungen im Zielmarkt informiert.
3. Wir planen die Produkthanpassungen, die den Anforderungen entsprechen.
4. Für uns ist es selbstverständlich, für unterschiedliche Märkte und Kundengruppen Anpassungen bei Produkten und Dienstleistungen vorzunehmen.

### Wie organisieren Sie Kundenbetreuung und Service im Ausland?

1. Wir haben noch keine Entscheidung getroffen.
2. Wir recherchieren, ob die Anforderungen im Auslandsmarkt anders sind als in Deutschland.
3. Wir sind über die Anforderungen informiert und entwickeln ein entsprechendes Konzept.
4. Wir werden die Kundenbetreuung vor Ort mit Partnern aufbauen und entsprechende Servicekonzepte umsetzen.

## MARKETING

### Planen Sie eine Marketingstrategie für das Auslandsgeschäft?

1. Damit haben wir noch nicht begonnen.
2. Beim Marketing gehen wir genauso vor wie in Deutschland.
3. Wir haben festgestellt, dass der Zielmarkt eine eigene Marketingstrategie braucht. Wir arbeiten daran.
4. Aufgrund einer Marktuntersuchung haben wir eine eigene Marketingstrategie für den Zielmarkt entwickelt.

### Kennen Sie Vertriebswege für Ihre Produkte/ Dienstleistungen im Zielmarkt?

1. Wir haben noch keine Vorstellung über passende Vertriebswege.

2. Wir kennen einige Vertriebswege und wissen, wie Wettbewerber ihren Vertrieb organisieren.
3. Wir haben mögliche Vertriebswege recherchiert und werden ein Vertriebskonzept erarbeiten.
4. Unser Konzept zeigt geeignete Vertriebswege für unterschiedliche Kundengruppen auf. Wir planen den gezielten Einsatz von Vertriebspartnern.

## Wie wichtig sind Ihnen Fachveranstaltungen und Werbematerialien in der Landessprache?

1. Nein, wir haben bisher nicht an Fachveranstaltungen teilgenommen.
2. Wir informieren uns über Messen und planen daran teilzunehmen.
3. Wir haben einen Überblick über die Fachveranstaltungen im Zielmarkt. Wir werden Werbematerialien in der Landessprache erstellen.
4. Wir werden an Fachveranstaltungen – Messen, Ausstellungen, Kongresse - teilnehmen und stellen Werbematerialien in der Landessprache zur Verfügung.

## Kennen Sie die Fachmedien für Ihre Branche im Zielmarkt und nutzen Sie diese?

1. Nein, wir haben uns damit noch nicht vertraut gemacht.
2. Wir kennen einige Fachmedien und wollen sie nutzen.
3. Wir wissen, welche Medien wir für welche Zwecke nutzen wollen und kennen die Anforderungen.
4. Wir haben ein Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit im Zielmarkt. Wir kennen Ansprechpersonen und haben Kontakte aufgebaut.

## **FINANZEN UND CONTROLLING**

### Haben Sie eine Liquiditätsplanung und einen Finanzplan für das Auslandsgeschäft?

1. Bisher noch nicht.
2. Wir sind dabei, einen Finanzplan zu erarbeiten.
3. Unser Finanzplan steht. Wir prüfen Finanzierungsmöglichkeiten sowie Möglichkeiten zur Absicherung des Devisen- und Ausfallrisikos.
4. Wir haben einen Finanzplan, der auch außenwirtschaftliche Risiken berücksichtigt.

### Werden Sie ein Controlling für das Auslandsgeschäft aufbauen?

1. Das bestehende Berichtswesen muss auf das Auslandsgeschäft ausgerichtet werden.
2. Wir sind dabei, das Auslandsgeschäft mit seinen speziellen Risiken in unser Controlling zu integrieren.
3. Das Auslandsgeschäft haben wir teilweise schon in unser Berichtswesen umgesetzt.
4. Wir haben die Ergebnisrechnung zu einem System ausgebaut, das Planung und Kontrolle im In- und Auslandsgeschäft gewährleistet. Im Krisenfall können wir rechtzeitig gegensteuern.

### Kennen Sie Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten für das Auslandsgeschäft?

1. Nein, daran haben wir noch nicht gedacht.
2. Ja, wir haben uns grundlegend über die Internationalisierungsförderungen und verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten für das Auslandsgeschäft informiert.

3. Wir haben einen Überblick über Förderprogramme und Finanzierungsmöglichkeiten. Wir sind dabei, die Möglichkeiten für unser Unternehmen näher zu prüfen.
4. Wir haben die aktuellen Fördermöglichkeiten sowie Finanzierungsmöglichkeiten geprüft und die nächsten Schritte geplant.

## Kennen Sie die Angebote der deutschen Exportkreditversicherung?

1. Nein, damit haben wir uns noch nicht befasst.
2. Ja, wir wissen, dass es die Möglichkeit gibt, aber haben noch keinen Überblick.
3. Wir haben einen Überblick über die Exportkreditversicherungen.
4. Wir haben einen Überblick über die Exportkreditversicherung und wissen wie wir sie für unser Geschäft einsetzen können.

## PERSONAL UND OPERATIVE ABWICKLUNG

### Haben Sie genügend Personal für das Auslandsgeschäft?

1. Wir machen das nebenbei mit der jetzigen Belegschaft.
2. Sobald sich das Auslandsgeschäft konkretisiert, werden wir Personalressourcen planen.
3. Wir kennen die Anforderungen und Aufgaben im Auslandsgeschäft. Personelle und organisatorische Entscheidungen treffen wir nach Bedarf.
4. Wir schätzen die zusätzlichen Aufgaben realistisch ein und wissen, wer sie übernimmt.

### Ist Ihr Personal auf die operative Abwicklung des Auslandsgeschäfts vorbereitet?

1. Nein, bisher nicht.
2. Wir wissen, welche formalen Anforderungen auf uns zukommen. Konkrete Pläne bestehen noch nicht.
3. Wir kennen die zusätzlichen Aufgaben des Exportgeschäfts (z. B. Zoll, Logistik).
4. Wir haben die Tätigkeiten für die Abwicklung des Auslandsgeschäfts organisiert und unser Personal wird für einen reibungslosen Ablauf qualifiziert.

### Verfügt Ihr Personal über ausreichende Fremdsprachenkenntnisse, um das Auslandsgeschäft abzuwickeln?

1. Einige unserer Beschäftigten sprechen Englisch, das sollte für den Beginn ausreichend sein.
2. Die Beschäftigten, die Kontakt mit dem Zielmarkt haben werden, sollen weitere Sprachkenntnisse „on the job“ erwerben.
3. Wir denken an qualifizierte Sprachkurse und stellen, wenn erforderlich, muttersprachliches Personal ein, sobald sich das Geschäft konkretisiert.
4. Unser Unternehmen hat Beschäftigte, die gute Produkt- und Fremdsprachenkenntnisse haben. Sie werden im Auslandsgeschäft eingesetzt.

### Sind Ihnen arbeits- sowie versicherungsrechtliche Bedingungen für den zeitweiligen Einsatz von Personal im Auslandsgeschäft bekannt?

1. Nein, darüber haben wir uns noch nicht informiert.
2. Ja, wir wissen, woher wir Informationen bekommen können.
3. Wir kennen die Bedingungen für ausländisches Personal, dass wir in Deutschland schulen wollen.
4. Wir werden weder beim Einsatz von ausländischem Personal in Deutschland noch beim Einsatz unserer Fachleute im Zielmarkt Schwierigkeiten haben.

## RECHT UND HAFTUNG

### Sind Sie mit internationalen Liefer- und Zahlungsbedingungen vertraut?

1. Wir wissen nicht, wie sich Liefer- und Zahlungsbedingungen im internationalen Geschäft auf unser Unternehmen auswirken.
2. Wir kennen internationale Lieferbedingungen z.B. INCO-TERMS und wissen, dass die Zahlungsbedingungen verhandlungsabhängig sind.
3. Wir kennen international gebräuchliche Zahlungs- und Lieferbedingungen und innovative Wege der Konfliktlösung z. B. außergerichtliche Schiedsstellen.
4. Wir gehen davon aus, dass wir keine juristischen und finanziellen Probleme haben werden, da wir uns ausreichend auf die internationale Vertragsgestaltung vorbereitet haben.

### Kennen Sie die Rechtspraxis (Vertragswesen/ Schiedsgerichtsbarkeit, Allgemeine Geschäftsbedingungen) im Zielmarkt?

1. Nein, bisher noch nicht.
2. Wir sind dabei, Informationen über die Rechtspraxis zu sammeln.
3. Wir kennen Fachleute vor Ort, die uns Rechtsinformationen zur Verfügung stellen.
4. Wir verfügen über Informationen und werden bei Bedarf Experten hinzuziehen, die sich mit der Rechtspraxis des Auslandsgeschäfts auskennen.

### Kennen Sie die Zulassungsvoraussetzungen für Ihre Produkte im Zielmarkt?

1. Wir haben noch keine Recherchen angestellt.
2. Wir haben erste Informationen gesammelt.
3. Wir kennen die wichtigsten Zulassungsvoraussetzungen für unsere Produkte und wissen, wie sie von den deutschen Regelungen abweichen.
4. Wir kennen die Zulassungsvoraussetzungen und können diese erfüllen.

### Haben Sie die gültigen Haftungsfragen im Zielmarkt geklärt?

1. Wir haben noch keine Recherchen über Haftungsfragen angestellt.
2. Wir haben einige Informationen zu unseren Produkten gesammelt.
3. Wir kennen die wichtigsten Haftungsfragen für unsere Produkte und wissen, wie sie von den deutschen Regelungen abweichen.
4. Wir sind mit den Haftungsregelungen im Zielmarkt vertraut und haben uns auf die Auswirkungen vorbereitet.

## KOOPERATIONEN IM AUSLANDSGESCHÄFT

### Können Sie bestehende Geschäftsbeziehungen im Inland für den Einstieg in das Auslandsgeschäft nutzen?

1. Unsere Geschäftsbeziehungen im Inland beschränken sich derzeit noch auf den Leistungsaustausch.
2. Wir haben erste Erfahrungen mit Partnerschaften in der Region, eine Übertragung auf Auslandsaktivitäten scheint im Moment noch unklar.
3. Wir haben Kooperationen in einigen Funktionsbereichen und unternehmen erste Schritte, um diese in unsere Auslandsaktivitäten einzubinden.

4. Wir haben Kooperationserfahrung in mehreren Funktionsbereichen gesammelt. Wir wissen, welche Partner unser Auslandsgeschäft unterstützen können.

## Kennen Sie weitere Möglichkeiten der Kooperationsanbahnung?

1. Wir haben uns damit noch nicht beschäftigt.
2. Wir informieren uns derzeit über verschiedene Kooperations-veranstaltungen mit dem Ziel den Markteinstieg zu erleichtern.
3. Wir planen eine Kooperation in einem speziellen Funktionsbereich (z.B. Vertrieb). Wir wissen, welche Angebote der Kooperationsanbahnung bestehen und welche wir in naher Zukunft nutzen können.
4. Wir werden unterschiedliche Möglichkeiten - reale und/ oder virtuelle - der Kooperationsanbahnung für unser Auslandsgeschäft in Anspruch nehmen. Wir bereiten Material zur Darstellung unseres Unternehmens vor.

## Welche Kooperationsformen kommen für Ihr Unternehmen in Frage?

1. Wir wissen noch nicht, welche Kooperationsform für uns in Frage kommt und welche Kosten damit verbunden sind.
2. Über informelle und vertragsgebundene Kooperationsformen haben wir uns informiert. Weitere Schritte haben wir noch nicht unternommen.
3. Wir prüfen derzeit die Vor- und Nachteile sowie voraussichtlichen Kosten unterschiedlicher Kooperationsformen. Wir wollen vorbereitet sein, wenn wir mit potentiellen Kooperationspartnern verhandeln.
4. Wir wissen bereits, welche Kooperationsform für uns in Frage kommt und welche Kosten damit verbunden sind. Wenn es soweit ist, werden wir auch fachliche Unterstützung in Anspruch nehmen, z.B. bei der Vertragsgestaltung.

## Wissen Sie schon, wer im Unternehmen das Kooperationsmanagement übernimmt und welcher Aufwand damit verbunden sein wird?

1. Wir haben über Zeitaufwand und Kosten bisher erst oberflächlich nachgedacht.
2. Wir schätzen den zusätzlichen Zeitaufwand und die anfallenden Kosten gering ein und klären die Zuständigkeiten rechtzeitig.
3. Wir haben schon konkrete Vorstellungen über Zeitaufwand und personelle Zuständigkeit.
4. Die organisatorischen Anforderungen sehen wir als Herausforderung auch für unser bestehendes Geschäft.

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

© 2022 IXPOS

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