



INTERCONNECTION

EUROEXPORT

Erfolgreich exportieren
Unternehmenserfolg sichern

**Unternehmensentwicklung
durch Wachstum und Aktivität**

Unternehmen haben heute nur dann eine langfristige Zukunftschance, wenn sie ihre Produkte und Dienstleistungen weltweit vermarkten. Der systematische Aufbau des Exports ist deshalb für den Unternehmenserfolg von zentraler Bedeutung.

Der Aufbau eines internationalen Geschäftes ist grundsätzlich immer notwendig. Es kommt darauf an, im Unternehmen alle Voraussetzungen dafür zu schaffen, die entsprechende organisatorische Leistungsfähigkeit zu entwickeln und einen effizienten Weg einzuschlagen.



Problemstellung

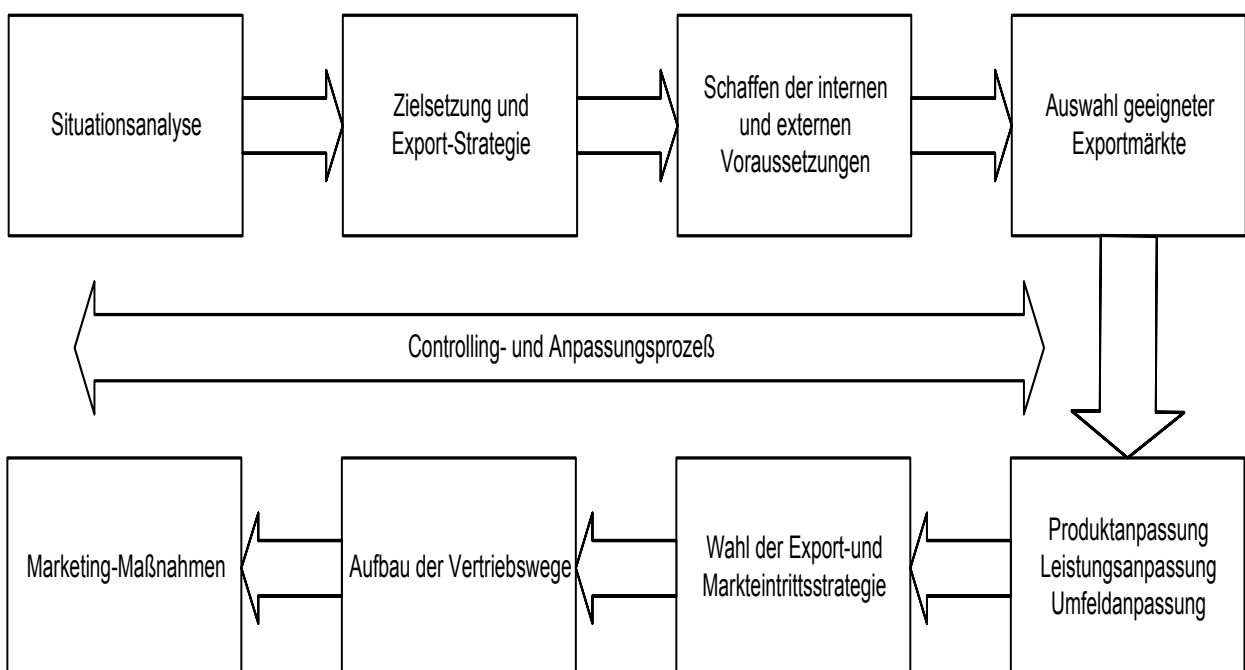
Viele Unternehmen, die ins Auslandsgeschäft einsteigen wollen, halten die **Herstellung von Kontakten** zu ausländischen Geschäftspartnern für eine der schwierigsten Aufgaben. Weil sie nicht über die hierfür erforderlichen Kenntnisse verfügen, die erhöhten Risiken scheuen und nur geringe Hoffnung auf Erfolg sehen, wird der Schritt über die heimischen Grenzen hinaus unterlassen.

Mißerfolge bei der **Anbahnung von Auslandsgeschäften** ergeben sich häufig deshalb, weil meist zu schnell, zu unsystematisch und zu inkonsequent versucht wird, mit Produkten und Dienstleistungen auf einem bisher unbekanntem Markt einen erfolgreichen Einstieg zu schaffen.

Da Erfolge im Auslandsgeschäft nicht unbedingt von der Unternehmensgröße abhängen, haben Unternehmen aller Größenordnungen mit unterschiedlichem Leistungspotential **gleiche Chancen auf dem Weltmarkt**. Dabei kommt es jedoch auf Flexibilität, Kreativität, Durchhaltevermögen und eine zielorientierte Vorgehensweise an. Bestimmend für den Erfolg oder Mißerfolg eines Unternehmens im Export sind

- eine klare Lagebeurteilung
- die eindeutige Zielsetzung
- eine konsequente und systematische Umsetzung der festgelegten Strategie und
- die ständige Kontrolle und Anpassung

Der systematische Weg für das erfolgreiche Exportgeschäft



Situationsanalyse

- Ermittlung der Exportmotive des Unternehmens und deren Mitarbeiter
- Ermittlung des Exportpotentials hinsichtlich Produkten, Dienstleistungen, Human-Resources, Finanzen etc.
- Expertenschätzung des Exporterfolgs
- Decision to look abroad

Zielsetzung und Exportstrategie

- Identifizieren und bewerten möglicher Auslandsprojekte
- Expertenschätzung der zu erwartenden Wettbewerbsvorteile
- Erstellen von Absatzprognosen in den entsprechenden Märkten
- Ermittlung des Investitionsbedarfs
- Wahl der geeigneten Leistungsstrategie
- Erarbeitung und Festlegung der quantitativen und qualitativen Ziele unter Berücksichtigung der innerbetrieblichen Möglichkeiten, der Wettbewerbssituation und des ausländischen Marktpotentials
- Entwicklung und Implementierung der ziel- und handlungsorientierten Exportstrategie

Schaffen interner/externer Voraussetzungen

- Analyse und Bewertung der innerbetrieblichen Voraussetzungen
- Fällen der Investitionsentscheidung
- Auswahl und Zusammenstellung der Projektteams
- Bestimmen der Personalauswahlverfahren und Treffen entsprechender Personalentscheidungen
- Training interkulturellen Führungsverhaltens und interkultureller Kompetenz
- Internationales Personalmanagement und Human-Resource-Management
- Organisations- und Personalentwicklung in fremden Kulturen

Auswahl geeigneter Exportmärkte

- Systematische Analyse und Auswahl der geeigneten Exportmärkte und -Länder
- Aufbereitung der dafür relevanten Marktdaten und Rahmenbedingungen

- Erarbeitung der Zielmarktstrategie
- Auswahl der wichtigsten Zielmärkte mit Hilfe der Kosten-Nutzen-Optimierung

Produkt-, Leistungs-, Unternehmens- und Umfeldanpassung

- Anpassung der Produkte und Leistungen auf länderspezifische Besonderheiten
- Internationales versus marktspezifisches Produkt- und Leistungs-Design
- Anpassen des Dienstleistungsspektrums an landesspezifische Bedürfnisse und Eigenheiten
- Ermittlung des komparativen Konkurrenzvorteils (KKV) von Produkten und Dienstleistungen auf internationaler Ebene
- Ausrichtung des Unternehmens auf eine internationale Geschäftstätigkeit
- Berücksichtigung des fremden Umfelds als Kernproblem des Exportgeschäfts

Wahl der Export- und Markteintrittsstrategie

- Wahl des geeigneten Geschäftssystems
- Bestimmung der Markteintrittsstrategie: Kooperationsstrategie, Eigentumsstrategie, Ansiedlungsstrategie, Standortwahl
- Suche nach geeigneten ausländischen Partnern
- Aufbau von Kontakten zu Behörden und Regierungstellen im Ausland
- Vertragsverhandlungen mit ausländischen Geschäftspartnern

Aufbau der Vertriebswege

- Wahl der Absatzwege und der Vertriebspartner im Ausland
- Aufbau der Kommunikations- und Informationsnetze zu den Vertriebspartnern
- Schulungen und Trainingsmaßnahmen bei den Auslandspartnern

Marketingmaßnahmen

- Erstellen des Marketingplans
- Auswahl und Durchführung entsprechender Marketingaktivitäten
- Abstimmung des länderspezifischen Marketing-Mix in Bezug auf Produkt und Programm, Preise und Konditionen, Kommunikation und Distribution

Leistungsangebot

Ausgewählte Spezialisten von **INTERCONNECTION** begleiten den Prozeß der Exportsteuerung bis hin zur Realisierung. Sie stehen den innerbetrieblichen Projektteams lenkend, strukturierend, moderierend und Know-How vermittelnd zur Seite.

Die Vorgehensweise orientiert sich dabei an dem sechsstufigen prozeßbegleitenden und prozeßorientierten Handlungs-Phasen-Modell:

1. Wunsch nach Veränderung
2. Ideen und Zielintentionen
3. Zielsetzung und Zielvereinbarung
4. Terminierte Maßnahmen
5. Personenbezogene Aktivitäten
6. Handlungs- und Erfolgskontrolle

Durch diese prozeßorientierte Vorgehensweise erlernen die Mitarbeiter eine effiziente Arbeitsmethode, übernehmen mehr Eigenverantwortung für die Realisierung der Zielsetzungen, eignen sich ständig neues Wissen an (Learning Organisation) und führen Handlungs- und Erfolgskontrollen selbständig durch. Somit ist die Unternehmensleitung frei von operativen Aufgaben und kann sich alleine dem Controllingprozeß widmen und Entscheidungen treffen, um notwendige Anpassungsprozesse zu ermöglichen.

Das Management wird laufend über den Stand der Projekte informiert und hat dadurch ständig Gelegenheit, aktuelle Überlegungen in den Prozeß einfließen zu lassen. Diese, die Mitarbeiter voll mit einbeziehende Vorgehensweise garantiert den erfolgreichen Aufbau des Exportgeschäfts im Sinne der Unternehmenszielsetzung: **Möglichst hohe Umsatzsteigerungen bei vergleichsweise geringem Kostenaufwand und damit die günstigste Voraussetzung für optimalen Return on Invest.**