

Internationalisierungsstrategie

Die Ausarbeitung einer globalen Marketingstrategie ist für viele Unternehmen eine entscheidende Herausforderung, um wettbewerbsfähig auf den Weltmärkten agieren zu können. Unabhängig davon, ob sich das Unternehmen auf wenige Märkte in Nähe des Heimatmarktes konzentriert oder in vielen Märkten auf dem Globus agiert, eine dynamische Strategie sollte es dem Unternehmen ermöglichen, komplexe Sachverhalte und die schnellen Veränderungen der Weltmärkte zu antizipieren, auf sie zu reagieren und sich an sie anzupassen.

Komplexität entsteht durch die wirtschaftlichen Kräfte auf makroökonomischer Ebene, die wiederum eng durch die politischen Initiativen und mit den regionalen Marktstrukturen bestimmt wird. Dabei sind es nicht nur die harten Faktoren wie die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die den geeigneten Modus des Markteintritts für ein bestimmtes Produkt beeinflussen. Komplexität entsteht nicht zuletzt durch viele weiche Faktoren wie kulturelle Vielfalt, Lebensstile und andere soziokulturelle Einflüsse, die unterschiedliche Verhaltensmuster auf den Märkten erklären.

Es benötigt zunächst einer sorgfältigen Planung mit einer Festlegung auf kurze und mittelfristige Prioritäten. Insbesondere international wenig erfahrene Unternehmen durchgehen in einem schrittweisen Vorgehen etwa durch kleinere Marktexperimente, Lieferverträge oder ein Joint Venture die Umgebung und lernen Chancen und Risiken einzuschätzen, bevor sie Firmengründung oder Beteiligungen in der Fremde eingehen.

Um den geeignete Markteintrittsmodus zu definieren, müssen Verhältnis zur Internationalisierung (Grad der internationalen Einbindung, Ressourcenallokation und Risikoniveau) ebenso wie die Geschäftsaufgabe im zu erschließenden Markt (Kundennutzen, Segmentierung, Technologie, Wertschöpfungskette und Kernkompetenzen und strategische Ausrichtung) definiert werden. Im Rahmen eines dreistufigen Prozesses erbringen wir folgende Leistungen:

A) Erstellung bedarfsgerechter Informationen über Länder, Märkte, Fördermöglichkeiten und Finanzierung

B) Entwicklung einer Internationalisierungsstrategie

- Status-Quo-Analyse, Stärken-Schwächen-Analyse und Chancen-Risiken-Analyse
- Auswahl geeigneter Internationalisierungsformen
- Umsetzungsplanung
- Erstellung von Profilen möglicher Kooperationspartner

C) Umsetzung von Internationalisierungsstrategien

- Begleitung bei der operativen Umsetzung
- Suche und Auswahl passender Kooperationspartner
- Projektbegleitung und Projektmanagement
- Marketing-Unterstützung