

WACHSTUMSSTRATEGIEN

Internationalisierung



Landsiedel

0

Internationalisierung
Einführung

Internationalisierung ist der Prozess, bei dem Unternehmen ihre Geschäftsaktivitäten über nationale Grenzen hinaus ausdehnen, um auf globalen Märkten zu agieren. Dies kann durch verschiedene Strategien erfolgen, einschließlich **Export, Lizenzierung, Franchising, Joint Ventures** und vollständige Direktinvestitionen.

Internationalisierung

Einführung - Relevanz

- Eröffnet neue Marktchancen
- Kann zur Diversifizierung und Wachstum des Unternehmens beitragen
- Ermöglicht es Unternehmen, sich von der Konkurrenz abzuheben und ihre Abhängigkeit von einem einzigen Markt zu verringern
- Internationalisierung kann Innovation fördern und ermöglicht besseren Zugang zu Talenten, Ressourcen und Technologien weltweit

Internationalisierung

Einführung - Bedeutung im E-Commerce

- Internationalisierung bietet Zugang zu einer globalen Kundenbasis
- Es können neue Umsatzströme erschlossen werden
- Die Markenbekanntheit und das Image kann dadurch verbessert werden
- Unternehmen können dadurch einen Wettbewerbsvorteil erlangen
- Durch die Diversifizierung der Märkte können Unternehmen Risiken und Abhängigkeiten verringern

2

Internationalisierung Detaillierter Einblick

Internationalisierung

Detaillierter Einblick - Arten der Internationalisierung

- **Export:** Direkter Export, Produkte werden auf internationalen Märkten verkauft.
- **Lizenzierung:** Gewährung von Rechten zur Herstellung und zum Verkauf von Produkten an ein Unternehmen in einem anderen Land.
- **Franchising:** Gewährung von Rechten zur Nutzung des Geschäftsmodells und der Marke an ein Unternehmen in einem anderen Land.
- **Joint Ventures:** Zusammenarbeit mit einem lokalen Partner, um gemeinsam ein neues Unternehmen zu gründen.
- **Direktinvestitionen:** Gründung oder Kauf eines Unternehmens in einem anderen Land.

Internationalisierung

Detaillierter Einblick - Aspekte der Internationalisierung



Produkte / Dienstleistungen

Überlegenheit der Produkte oder Dienstleistungen im Vergleich zur lokalen Konkurrenz.
Anpassung der Produkte an lokale Geschmacksvorlieben, Normen und technische Standards.



Marketing und Verkaufsstrategien

Entwicklung von Marketingstrategien, die die lokalen kulturellen Besonderheiten berücksichtigen. Verwendung der lokalen Sprache in Werbung und Produktinformationen.
Anpassung der Vertriebskanäle an die lokalen Gegebenheiten.



Geschäftsbetrieb

Beachtung lokaler Gesetze und Vorschriften, einschließlich Arbeitsgesetze, Steuern und Zoll.
Auswahl der geeigneten Lieferketten und Logistik.

Internationalisierung

Detaillierter Einblick - Prozess



Marktforschung

Eine Marktforschung ist in der Regel der erste Schritt um Potenziale und Herausforderungen der Zielmärkte zu identifizieren.



Strategieentwicklung

Auf basis der Marktforschung wird eine Strategie erarbeitet. Diese umfasst Ziele, Anpassungen an Produkten, und Marketingstrategien.

Internationalisierung

Detaillierter Einblick - Prozess



Umsetzung

Beispielsweise das Aufsetzen von Vertriebskanälen, Anpassung von Produkten, Einhaltung von Grenzen, etc.



Überwachung

Die Strategie wird ständig überwacht und bei Bedarf angepasst um auf Veränderungen im Markt zu reagieren.

Internationalisierung

Detaillierter Einblick - Faktoren, die das Beeinflussen

- **Marktgröße und -wachstum:** Unternehmen neigen dazu, in Märkte mit größerer Größe und höherem Wachstumspotenzial zu expandieren.
- **Wettbewerbsintensität:** Märkte mit geringerer Wettbewerbsintensität können attraktivere Ziele für die Internationalisierung sein.
- **Kulturelle und geografische Nähe:** Unternehmen neigen dazu, zuerst in Länder zu expandieren, die kulturell und geografisch näher an ihrem Heimatmarkt liegen.
- **Ressourcen und Fähigkeiten des Unternehmens:** Die Verfügbarkeit von Ressourcen sowie spezifischen Fähigkeiten können die Entscheidung beeinflussen.

3

Internationalisierung Vorteile, Nachteile & Risiken

Internationalisierung

Vorteile, Nachteile & Risiken - Vorteile

- **Marktdiversifikation:** Ermöglicht eine Verringerung von Abhängigkeiten.
- **Umsatzwachstum und Profitabilität:** Umsatzsteigerung und erhöhte Profitabilität durch den Zugang zu neuen Märkten.
- **Verbesserte Wettbewerbsposition:** Wettbewerbsvorteil und stärkere Marktposition durch die Präsenz in mehreren Märkten.
- **Zugang zu neuen Ideen und Innovationen:** Unternehmen können von globalen Innovationen und Best Practices lernen und diese selbst implementieren.

Internationalisierung

Vorteile, Nachteile & Risiken - Nachteile

- **Komplexität des Managements:** Die Verwaltung von Geschäftsoperationen in verschiedenen Ländern kann komplex sein und kann spezielle Ressourcen erfordern. **Erhöhte Betriebskosten:** Weitere Kosten für Logistik, lokale Marketinginitiativen, Personal und Compliance.
- **Anforderung an Ressourcen und Zeit:** Die Planung und Durchführung von internationalen Aktivitäten erfordert erhebliche Investitionen
- **Unterschiede in verschiedenen Normen:** Können die Anpassung von Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsstrategien erschweren.

Internationalisierung

Vorteile, Nachteile & Risiken - Risiken

- **Politische Risiken:** Politische Instabilität oder Veränderungen in der politischen Landschaft können sich auf die Geschäftsoperationen auswirken.
- **Wirtschaftliche und finanzielle Risiken:** Währungsschwankungen oder wirtschaftliche Rezessionen in den Zielmärkten können das Geschäft beeinträchtigen.
- **Marktrisiken:** Unvorhersehbare Veränderungen in der Nachfrage oder im Wettbewerbsumfeld können zu finanziellen Verlusten führen.
- **Rechtliche und regulatorische Risiken:** Unterschiede in den rechtlichen und regulatorischen Systemen können Compliance-Herausforderungen darstellen.

Mit dem **Verständnis** der Vor- und Nachteile können Sie eine fundierte Entscheidung treffen und eine erfolgreiche Strategie für die Internationalisierung entwickeln. Durch das richtige **Management** der Risiken können Sie sicherstellen, dass Ihre Strategie bestmöglich funktioniert.

4

Internationalisierung Wann macht es Sinn?

Marktsättigung im Heimatland

Internationalisierung als Antwort auf begrenzte
Wachstumschancen im Inland.

01

Hohe Nachfrage im Ausland

Expansion aufgrund bestehender Beliebtheit oder hoher Nachfrage nach Produkten/Dienstleistungen in bestimmten internationalen Märkten.

03

Internationalisierung zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit, z.B. wenn Konkurrenten expandieren.

Wettbewerbsdruck

Internationalisierung zur Nutzung wertvoller Ressourcen,
Fachwissen oder kosteneffektiver
Produktionsmöglichkeiten.

**Zugang zu
Ressourcen**

Finanzielle Bereitschaft

Starke finanzielle Leistung und ausreichende Ressourcen
als Grundlage für eine erfolgreiche Internationalisierung.

Internationalisierung

Wann macht es Sinn? - Hier macht es weniger Sinn

- Mangel an z.B. finanziellen, operativen oder personellen Ressourcen
- Instabile Geschäftsleitung oder schwierigkeiten im Heimatmarkt
- Mangel an lokaler Marktkennntnis z.B. Kultur, Verbraucherpräferenzen, etc.
- Hohe Wettbewerbsintensität im Zielland

Internationalisierung

Wann macht es Sinn? - Fazit

- Eine Sorgfältige Bewertung der eigenen Kapazitäten und der Marktbedingungen ist entscheidend
- Es ist wichtig, realistisch zu sein und die Herausforderungen und Kosten nicht zu unterschätzen
- Internationalisierung sollte basierend auf einer sorgfältigen Bewertung von Vorteilen, Risiken und strategischen Zielen erfolgen

5

Internationalisierung

Die richtigen Zielmärkte finden

Internationalisierung

Die richtigen Zielmärkte finden

01

Marktpotenzial

- | Beurteilung des Gesamtumfangs des Zielmarkts
- | Analyse der zukünftigen Wachstumsaussichten
- | Einschätzung des Grades der Marktsättigung



Internationalisierung

Die richtigen Zielmärkte finden



02

Kundennachfrage

- | Verständnis der spezifischen Bedürfnisse und Anforderungen
 - | Analyse der Kaufgewohnheiten und Präferenzen der Kunden
 - | Einschätzung der Möglichkeit zur Schaffung von Loyalität
- 

Internationalisierung

Die richtigen Zielmärkte finden

03

Wettbewerbslandschaft

- | Identifikation und Analyse der Hauptkonkurrenten im Zielmarkt
- | Einschätzung der Schwierigkeiten und Markteintrittsbarrieren
- | Identifizierung von Alleinstellungsmerkmalen im Zielmarkt

Internationalisierung

Die richtigen Zielmärkte finden



04

Politik und Wirtschaft

- | Einschätzung der politischen Stabilität im Zielmarkt
 - | Bewertung der gesamtwirtschaftlichen Bedingungen und Trends
 - | Verständnis der gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen
- 

Internationalisierung

Die richtigen Zielmärkte finden

◀ 05

Kulturell und geografische Nähe

- | Bewertung der Unterschiede in Sprache, Normen und Werte
- | Einschätzung der logistischen Herausforderungen und Kosten
- | Beurteilung der Fähigkeit, Produkte oder Dienstleistungen an lokale Bedingungen anzupassen

6

Internationalisierung

Das musst du im Shop beachten

Internationalisierung

Das musst du im Shop beachten

- Passe die Sprache, Währungen und Einheiten an das Zielland an
- Berücksichtige kulturelle Aspekte bei Design und Marketing
- Biete bevorzugte lokale Zahlungsmethoden an
- Stelle sicher, dass du zuverlässige und kostengünstige Versandoptionen für deine Internationalen Kunden hast
- Beachte Zölle und Steuern in den Preisgestaltungen

Internationalisierung

Das musst du im Shop beachten

- Stelle Support in der lokalen Sprache zur Verfügung und berücksichtige Zeitzoneunterschiede
- Erfülle alle rechtlichen Aspekte und Vorschriften, einschließlich Datenschutzgesetze und Steuerregelungen
- Optimize deinen Shop für lokale Suchmaschinen und passe dein Online-Marketing an die Präferenzen und Gewohnheiten deiner Zielgruppe an

7

Internationalisierung Rechtliche Hürden

Gesetze und Vorschriften

Sei dir über lokale Gesetze und Vorschriften, die sich auf dein Unternehmen auswirken könnten, beispielsweise Handels-, Steuer- und Datenschutzgesetze im Klaren.

01

Zölle und Steuern

Berücksichtige die Auswirkung von Zöllen, Mehrwertsteuer und anderen Steuern auf deine Preise und Gewinnmargen.

02

03

Das Schützen von Marken, Patenten und Urheberrechten in internationalen Märkten kann komplex sein, aber es ist entscheidend, um den Wert deiner Marke und Produkte zu schützen.

Geistiges Eigentum

Du musst dich an die Verbraucherschutzgesetze des Zielmarktes halten, die sich auf Bereiche wie Produktqualität, Sicherheit, Werbepraktiken und Rückgaberechte auswirken können.

Verbraucherschutz- gesetze

Ethik und lokale Geschäftspraktiken

Du solltest die lokalen Geschäftspraktiken und ethischen Standards verstehen und respektieren.

Die **Navigation durch rechtliche Hürden** erfordert eine gründliche Recherche und gegebenenfalls die Beratung durch Experten. Es ist entscheidend, um potenzielle rechtliche Probleme und hohe Strafen zu vermeiden.

8

Gelungene Internationalisierung HelloFresh

Gelungene Internationalisierung HelloFresh



- Gegründet 2011 in Berlin
- Liefert Kochboxen mit vorgefertigten Zutaten & Rezepten
- Zielt darauf ab, das ausgewogene Kochen zu erleichtern

Gelungene Internationalisierung

HelloFresh - Strategie

- Expandierte nach der Gründung schnell in andere Länder
- Jeder Markt erhielt eigene Produkte und Rezepte, je nach Geschmacksvorlieben
- Lieferoptionen und Preispläne wurden je nach Land angepasst
- Strategischer Zukauf von lokalen Unternehmen zur Erweiterung des Marktzugangs (z.B. Chefs Plate in Kanada)

Gelungene Internationalisierung

HelloFresh - Erfolgsfaktoren

- Lokale Marktforschung zur Anpassung der Produktangebote an Verbrauchervorlieben
- Investitionen in effiziente Logistik- und Lieferketten
- Benutzerfreundliche Website und App für einfache Bestellprozesse und Kundenbindung
- Starke, länder orientierte Online-Marketingstrategie, um neue Kunden zu gewinnen
- Ausgezeichneter Kundenservice zur Sicherung der Kundenzufriedenheit und -bindung

Gelungene Internationalisierung

HelloFresh - Ergebnisse

- Führender Anbieter von Mahlzeiten-Kits weltweit, mehrere Millionen Kunden
- Stetiges Wachstum trotz intensivem Wettbewerb im Markt für Lebensmittellieferungen
- Starke Anpassungsfähigkeit an sich verändernde Marktbedingungen, z.B. während der COVID-19-Pandemie
- Positive Kundenbewertungen und hohe Wiederkaufsraten aufgrund hervorragender Servicequalität

Das Beispiel HelloFresh demonstriert, dass der Schlüssel zum erfolgreichen internationalen Wachstum in der Kombination aus intensiver Marktforschung, Anpassung an lokale Bedürfnisse und exzellentem Kundenservice liegt.

9

Fehlgeschlagene Internationalisierung

Home24

Fehlgeschlagene Internationalisierung Home24



- Online-Möbelhändler, gegründet 2009 in Berlin
- Startete mit der Vision, den Möbelmarkt zu revolutionieren
- Sehr schnelle Expansion in mehrere europäische Länder und nach Brasilien

Fehlgeschlagene Internationalisierung

Home24 - Strategie

- Schnelle und aggressive Expansion in neue Märkte mit dem Ziel, den Umsatz zu steigern
- Schwerpunkt auf Wachstum und Marktabdeckung, weniger auf Kundenbedürfnisse und Marktanforderungen
- Mangelnde Anpassung der Produktpalette an spezifische lokale Marktbedürfnisse und Geschmacksvorlieben
- Vernachlässigung der Investition in lokale Marktforschung und Verbraucheranalysen

Fehlgeschlagene Internationalisierung

Home24 - Probleme

- Schwierigkeiten, sich von lokalen und etablierten Wettbewerbern abzuheben
- Mangelndes Verständnis und Kontrolle der lokalen Lieferketten, was zu Logistikproblemen führte
- Probleme mit Kundenservice und Rückgabeprozessen, vor allem in neuen Märkten
- Unzureichende Anpassung an kulturelle Unterschiede und Kundenpräferenzen

Fehlgeschlagene Internationalisierung

Home24 - Ergebnisse

- Schwere finanzielle Probleme und schließlich Rückzug aus mehreren Märkten, einschließlich Brasilien
- Breite Kritik und negative Kundenbewertungen wegen schlechter Lieferleistung und mangelhafter Kundenbetreuung
- Verlust des Kundenvertrauens und Imageprobleme, die das Wachstum und die Marktpositionierung negativ beeinflussten

Die aggressive und unüberlegte Internationalisierungsstrategie von Home24 führte zu erheblichen finanziellen Verlusten und dauerhaften Schäden am Markenimage, was die **Wichtigkeit einer sorgfältig geplanten und gut durchdachten Internationalisierungsstrategie** unterstreicht.

10

Internationalisierung
Aufgaben