

# „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“

## 6. Wie gestaltet sich die Schnittstelle zur Außenwelt?

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



# „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“




## 6.3.1 Internationales Management - Auslandsmarkterschließung

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



# Lernziele

-  Erkennen der grundlegenden Entscheidungstatbestände im internationalen Management
-  Einordnung der alternativen Vorgehensweisen bei der Auslandsmarkterschließung
-  Überblick über die alternativen Formen der Auslandsmarkterschließung

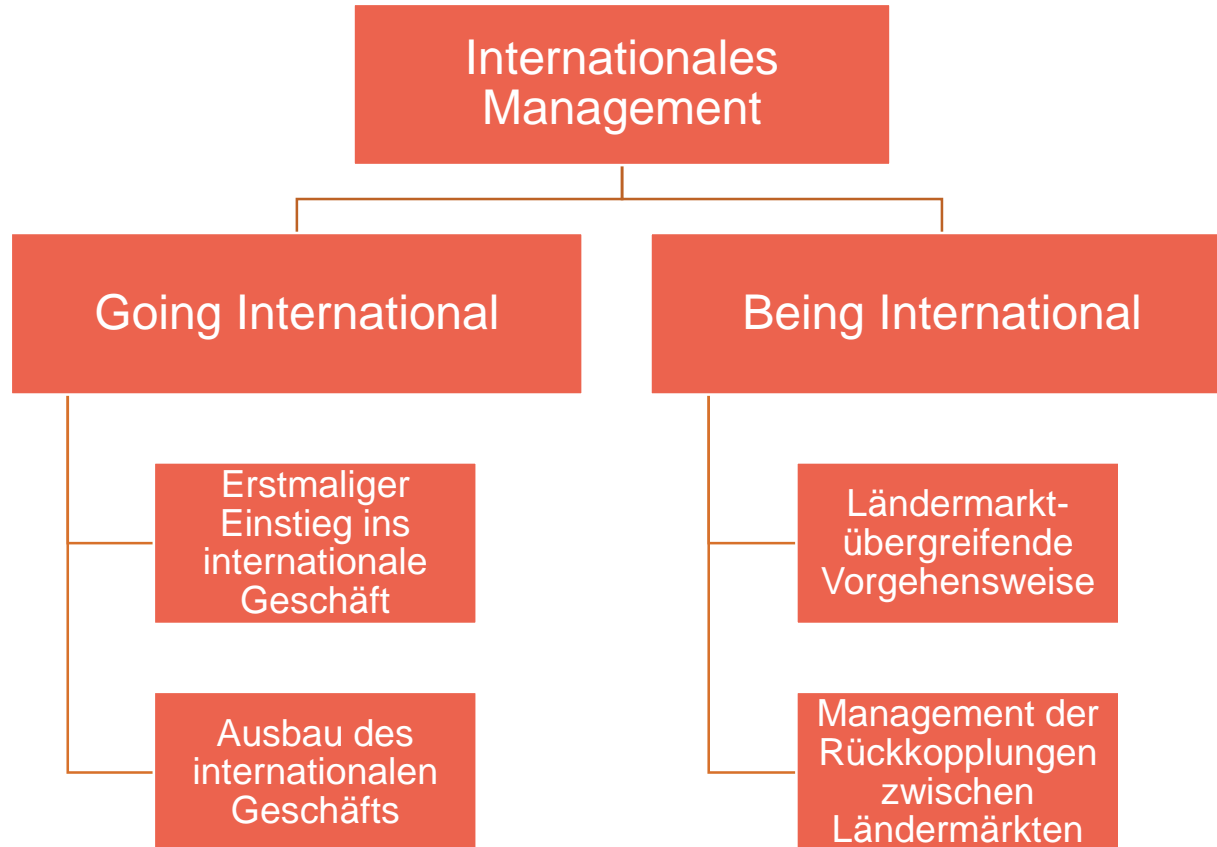


# Grundentscheidungen im internationalen Management



# Grundsätzliche Entscheidungen

nach Backhaus & Voeth (2010)



Quelle: Backhaus & Voeth (2010)

# Motive der Auslandsmarkterschließung

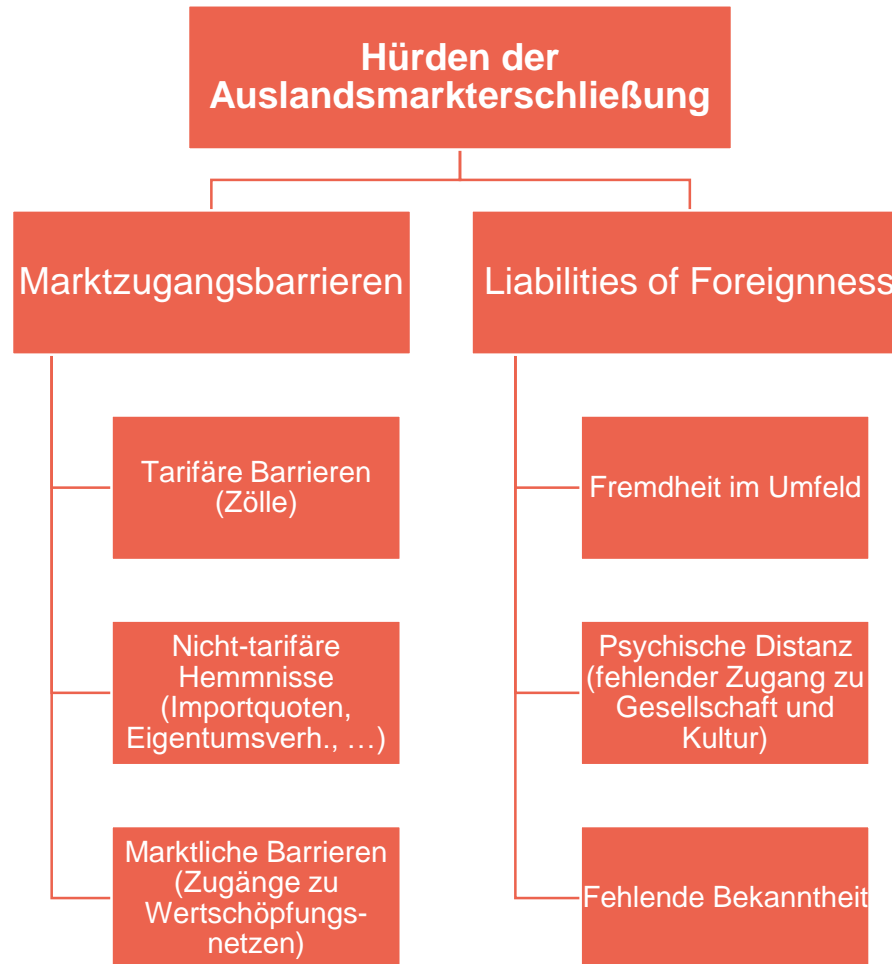
## Externe Motive

- Marktpotenzial
- Wettbewerbsverhältnisse
- Faktorkosten
- Länderspezifika
- Marktzugang
- marktlicher Zwang zur Größe und Omnipräsenz

## Interne Einflüsse

- Wachstumspotenziale
- Erfahrungszuwachs
- Innovationspotenzial
- Kosteneffekte (Größendegression)
- Ressourcenzugang
- passende Leistungen

# Verblockte Wege ins internationale Geschäft?



Quelle: in Anlehnung an Backhaus, Büschken & Voeth (2003).

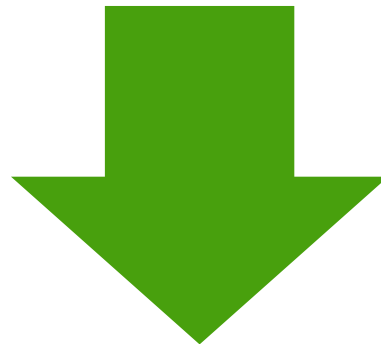


# Auslandsmarkterschließung: Entscheidungen und Vorgehen





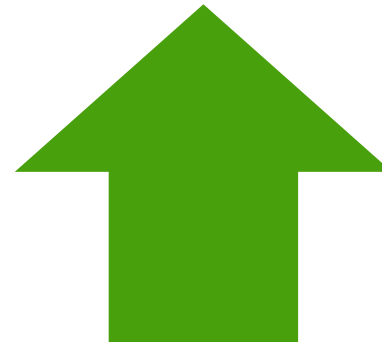
# Parallelität des Einstiegs in Auslandsmärkte



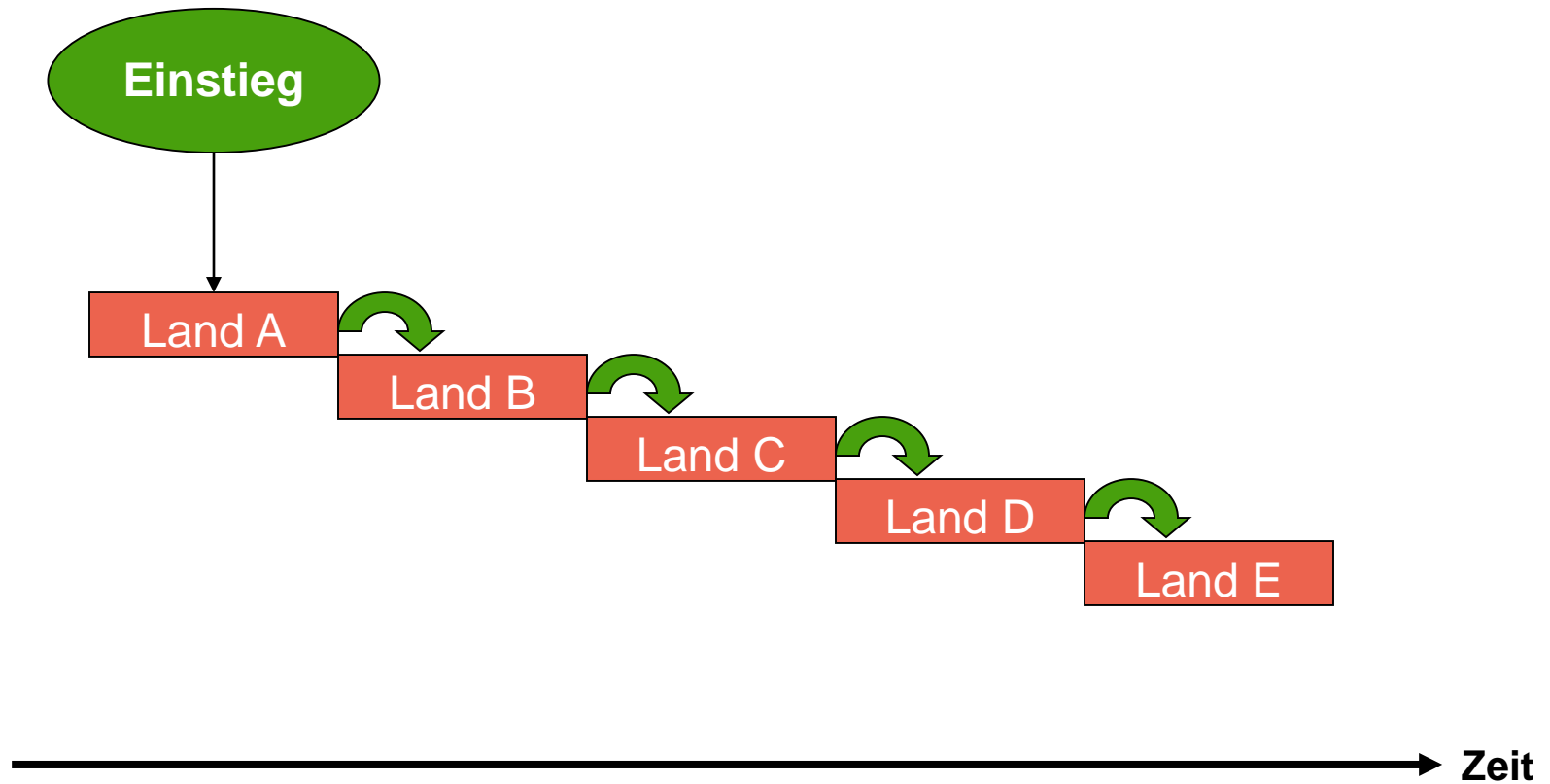
**Wasserfall-  
Strategie:**  
Sequenzialität



**Sprinkler-  
Strategie:**  
partielle oder  
vollständige  
Parallelität

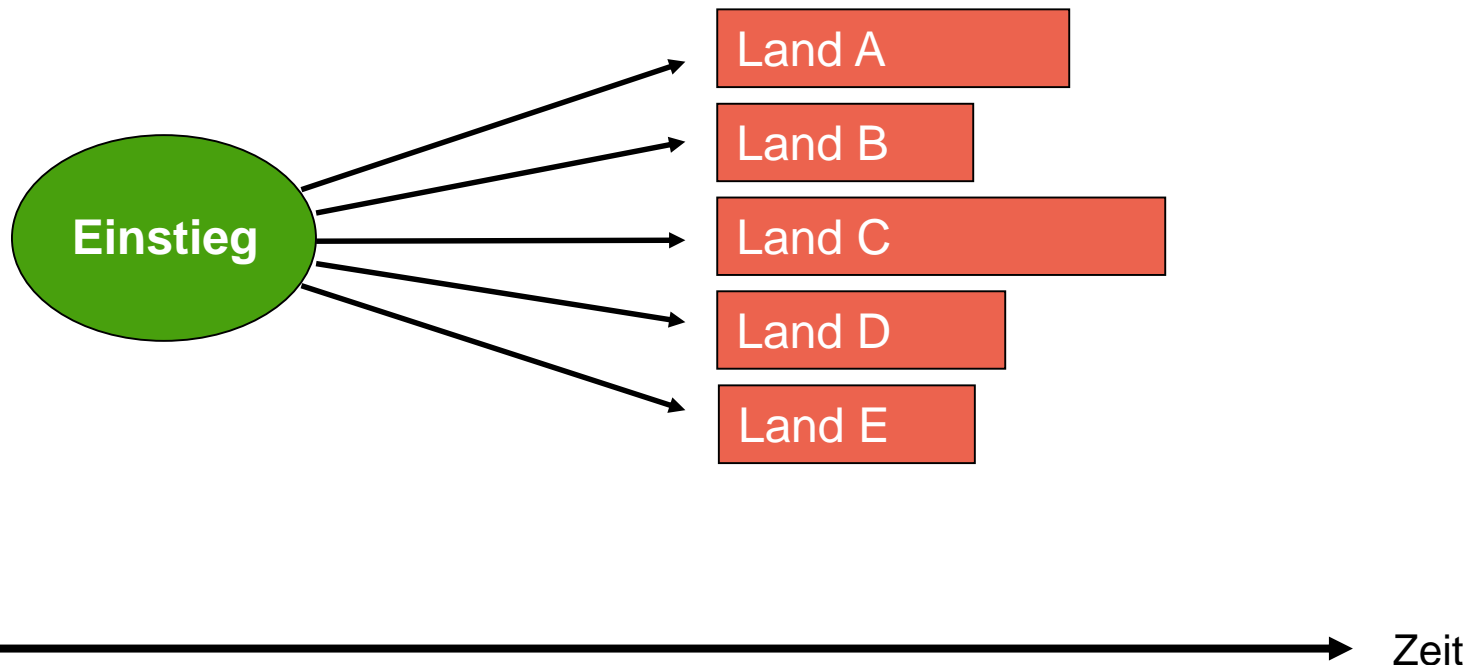


# Wasserfall-Strategie



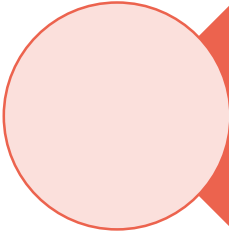
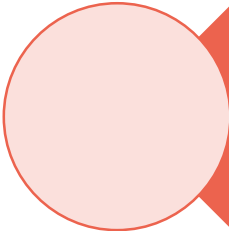
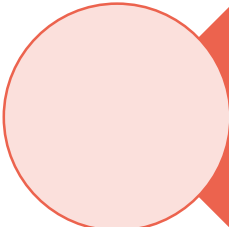
Quelle: in Anlehnung an Backhaus, Büschken & Voeth (2003).

# Sprinkler-Strategie



Quelle: in Anlehnung an Backhaus, Büschken & Voeth (2003).

## Ketten des stufenweisen Einstiegs

-  Establishment Chain: Steigerung des Kapitaleinsatzes im Zielland über die Zeit
-  Psychic Distance Chain: erst in kulturell ähnliche, dann in entferntere Länder
-  Product Chain: von “nackten” Produkten hin zu Systemlösungen im Zielland

# Formen der Auslandsmarkterschließung

TRANSACTIONS					DIRECT INVESTMENT			
Exporting: Spot transactions	Exporting: Long-term contract	Exporting with foreign distributor/ agent	Licensing: technology and trademark	Franchising	Joint Ventures		Wholly owned subsidiary	
					Marketing & distribution only	Fully integrated	Marketing & sales only	Fully integrated

Quelle: Grant (2000).

# Markteintrittsformen im Überblick

**Hoher  
Kapitaleinsatz**

**Geringer  
Kapitaleinsatz**



**Wertschöpfungsschwerpunkt  
Inland**

**Wertschöpfungsschwerpunkt  
Ausland**