

Inhalt

Vorwort	7
Verzeichnis der Werkzeuge	10
Verzeichnis der Abbildungen	11
Teil I	
Erarbeitung der internationalen Wachstumsziele und Auswahl geeigneter Wachstumsmärkte.....	13
1 Strategische Wachstumsziele erarbeiten	15
2 Zielmarktauswahl.....	35
Teil II	
SWOT-Analyse am Zielmarkt – Weiterentwicklung und Stresstest Ihres Geschäftsmodells	57
3 Analyse des bestehenden Geschäftsmodells.....	59
4 Design des neuen Geschäftsmodells	81
Teil III	
Rolle von Kooperationspartnern im internationalen Geschäft – mit praktischen Checklisten	87
5 Rolle von Kooperationspartnern	89
6 Identifizierung und Auswahl von Kooperationspartnern.....	97
7 Kooperationsmanagement	109
Teil IV	
Operative Umsetzung Ihrer internationalen Wachstumsstrategie.....	125
8 Die operative Geschäftstätigkeit im Ausland	127
9 Projektmanagement und OKRs	143
10 Evaluieren und Lernen	153
 Conclusio: Weiter wachsen – aber richtig!	 163
Literatur.....	165
Die Autorin und die Autoren.....	167

Verzeichnis der Werkzeuge

1.1: Warum wollen wir wachsen?.....	16	3.4: Pain Points	70
1.2: Ist unser Unternehmen bereit für die Internationalisierung?.....	18	3.5: Umfeldfaktoren am Zielmarkt.....	72
1.3: Übertragbarkeit von Kernkompetenzen in internationale Märkte	20	3.6: SWOT-Analyse	76
1.4: Ressourcen und Fähigkeiten für die internationale Marktbearbeitung	22	4.1: Standardisiertes oder differenziertes Geschäftsmodell	82
1.5: PESTEL-Analyse	24	4.2: Stresstest	84
1.6: Identifikation von möglichen externen Herausforderungen bei der internationalen Marktbearbeitung	26	5.1: Mit welchen Partnern arbeiten wir in unserem Geschäft zusammen?	90
1.7: Internationalisierungs-SWOT	28	5.2: Können Ihnen Partner bei der Erstellung Ihrer Leistung helfen?.....	92
1.8: Positionierung auf internationalen Märkten.....	30	5.3: Welche Art von Vertriebspartnerschaft eignet sich für Ihr Geschäftsmodell?	94
1.9: Priorisierung von Wachstumszielen	32	6.1: Welches Ziel verfolgen Sie mit einer Partnerschaft?.....	99
1.10: Wachstumsziele klar formulieren.....	34	6.2: Welche Anforderungen sollte Ihr Kooperationspartner erfüllen?.....	102
2.1: Vorauswahl von in Frage kommenden Zielmärkten	37	6.3: Wo finden Sie mögliche Kooperationspartner?.....	105
2.2: Faktoren zur Einschätzung von Marktchancen in internationalen Märkten	38	6.4: Welche Rechte und Pflichten gehen mit der Kooperation einher?	106
2.3: Informationsquellen für die Beurteilung von Marktchancen in internationalen Zielmärkten....	40	6.5: Welche Form der Zusammenarbeit liegt der Partnerschaft zugrunde?	108
2.4: Einschätzung des Marktpotenzials von Zielmärkten über den sichtbaren Konsum.....	41	7.1: Individuelle und gemeinsame Ziele für die Kooperation.....	111
2.5: Einschätzung der Marktgröße durch das Addieren von Anbietern.....	42	7.2: Checkliste für den Kooperationsvertrag.....	114
2.6: Einschätzung der Marktrisiken	44	7.3: Checkliste für das Kooperationsmanagement....	115
2.7: Informationsquellen für die Beurteilung von Risiken der Zielmärkte	46	7.4: Checkliste für die Verteilung von Aufgaben im Rahmen einer Partnerschaft	117
2.8: Marktpotenzial-Marktrisiko-Matrix.....	47	7.5: Kommunikationsplan für eine Kooperation	118
2.9: Beurteilung der eigenen Wettbewerbsstärke am Zielmarkt.....	48	7.6: Lösungsmöglichkeiten für den Konfliktfall	120
2.10: Punktbewertungsverfahren für die Zielmarktauswahl	50	7.7: Evaluieren des Kooperationserfolges	122
2.11: Sollen mehrere Zielmärkte gleichzeitig bearbeitet werden?	52	8.1: Die Auswahl der geeigneten Markteintrittsstrategie	128
2.12: Auswahl der Markteintrittsstrategie	54	8.2: Checklisten für die operative Exportabwicklung	132
3.1: Skizzierung Ihres bestehenden Geschäftsmodells	60	8.3: Checkliste für das Aufsetzen eines Exportvertrages	137
3.2: Erwartungen von Kundinnen und Kunden im Zielmarkt.....	66	8.4: Auswahl der Timing-Strategie für den Markteintritt	139
3.3: Gain Points	68	8.5: Ausgewählte „Growth-Hacking“-Strategien für das Auslandsgeschäft	141

9.1: Die Projektdefinition für das Umsetzungsprojekt	144
9.2: Der Projektstrukturplan für das Umsetzungsprojekt	147
9.3: Der Projektablaufplan für das Umsetzungsprojekt	150
9.4: Steuerung der Projektumsetzung mit dem OKR-System	151
10.1: Klärung der Zielsetzung Ihres Internationalisierungsprojekts (Soll)	155
10.2: Erhebung des Ist-Zustands	157
10.3: Ursachenanalyse (Analyse der Abweichungen).....	158
10.4: Learnings und Maßnahmen	161

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1: Überblick über mögliche Gründe für das Wachstum von Unternehmen	16
Abb. 2: Priorisierung von Wachstumszielen	33
Abb. 3: Marktpotenzial-Marktrisiko-Matrix.	47
Abb. 4: Beurteilung der eigenen Wettbewerbsstärke am Zielmarkt.....	49
Abb. 5: Elemente eines Geschäftsmodells.....	61
Abb. 6: Matrix der Mittelwerte für jeden Bereich Ihres Geschäftsmodells	86
Abb. 7: Muster für einen Projektstrukturplan	149
Abb. 8: Grafische Darstellung eines Projektablaufplans.....	150
Abb. 9: Beispiel für ein identifiziertes Problem.....	158
Abb. 10: Beispiel für Hauptursachen eines identifizierten Problems	159
Abb. 11: Beispiel für Unterkategorien der Haupt- ursachen eines identifizierten Problems.....	159
Abb. 12: Muster für die grafische Aufarbeitung eines identifizierten Problems	160