

Grundlagen des Entrepreneurship

Prof. Dr. Carolin Bock

WiSe 20/21 – Dozent: Dipl. Wirtsch. Inf. Andreas Schindler

Kapitel 8.1 – Internationalisierung



Markteintritt ins Ausland & Entrepreneurship

Fallbeispiel BMW



1916

Gründung von BMW als Hersteller von Flugmotoren

1923

BMW beginnt mit der Produktion von Motorrädern.

1928

BMW beginnt mit der Produktion von Automobilen.



1959

BMW beginnt mit der Internationalisierung innerhalb Europas.

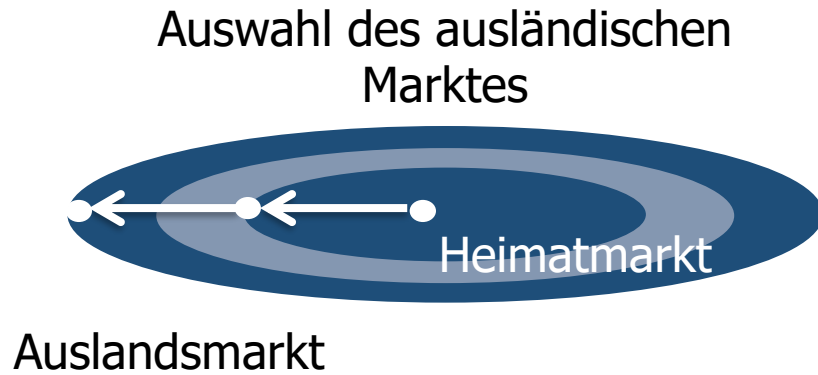
1966

erfolgt der Schritt in die USA.



Modell des Internationalisierungsprozesses der Jahre 1960/1970

- Internationalisierungsprozess geprägt von Unsicherheit und fehlendem Wissen über ausländische Märkte
- Vorantreiben der Internationalisierung in kleinen Schritten nach einer langen Phase der Erfahrung auf dem Heimatmarkt



Umwelt

- Vermehrt internationalisierte Industrien
- Fortschritte in Informations- und Kommunikationstechnologie sowie Transporttechnologie

Produkt

- Hoher Grad an Innovation und Spezialisierung (kürzere Produktlebenszyklen)
- Erringung von Wettbewerbsvorteilen

Kunden/ Märkte

- Nischenmärkte
- enge Märkte bedingen Internationalisierung
- ‚globales‘ Bedürfnis zur Internationalisierung (Homogenisierung der Kundenbedürfnisse)

Management Team

- Internationale Erfahrung / Mindset
- hohes Maß an internationaler und unternehmerischer Orientierung
- Existenz internationaler Netzwerke durch bestehende Kunden, Zulieferer usw.

Auswahlstrategien eines ausländischen Marktes



- **Export**

- Verkauf und Transport eines Produkts, das in einem Land gefertigt wurde, an einen Kunden in einem anderen Land

- **Lizensierung**

- Erlaubnis des Herstellers (Lizenzgebers) an Lizenznehmer zur Herstellung eines Produktes unter Zahlung einer Lizenzgebühr

- **Joint Venture**

- Gründung eines neuen Unternehmens mit Eigenkapitalbeteiligung durch zwei oder mehr Unternehmen

- **Niederlassungen**

- Separate und legal unabhängige Unternehmen, die durch die Muttergesellschaft kontrolliert werden

Vor- und Nachteile unterschiedlicher Internationalisierungsstrategien

Art der Internationalisierung	Vorteile	Nachteile
Export	<ul style="list-style-type: none">• Geringe Investitionskosten• Geringes Risiko	<ul style="list-style-type: none">• Transportkosten• Probleme mit Transportunternehmen und Agenten, die zusätzlichen organisatorischen Aufwand bedeuten
Lizensierung	<ul style="list-style-type: none">• Geringe Investitionskosten• Keine Transportkosten	<ul style="list-style-type: none">• Keine direkte Kontrolle über den Lizenznehmer
Joint Venture	<ul style="list-style-type: none">• Zugang zu Wissen und Erfahrung des Partners• Aufteilung von Investitionskosten und -risiken	<ul style="list-style-type: none">• Keine autonome Entscheidungsmöglichkeit• Koordinationsmehraufwand• Konflikte mit Partnern (Instabilität)
Niederlassungen	<ul style="list-style-type: none">• Schutz von Technologien und Wissen• Autonome Entscheidungsmöglichkeit und strategische Planung	<ul style="list-style-type: none">• Hohe Investitionskosten• Hohes Risiko

- **Marktvolumen:** z.B. Anzahl an Kunden, Umsatz
- **Marktwachstum:** z.B. potenzielles Wachstum bei Kunden und Umsatz
- **Preisstrukturen:** z.B. maximal erzielbarer Preis, Wettbewerbspreise, Preise von Substitutionsgütern
- **Kostenstrukturen:** z.B. Arbeitskosten, Kosten für zentrale Ressourcen
- **Infrastruktur:** z.B. Transportkosten
- **Institutionelle** z.B. politische Stabilität
- **Wettbewerbsbezogene Kriterien** z.B. Intensität

Institutionelle Barrieren

- Einfuhrtarife und Einfuhrquoten
- Lokale Eigentümerrestriktionen (Joint Ventures)
- Lokale Vorschriften für ausländische Direktinvestitionen

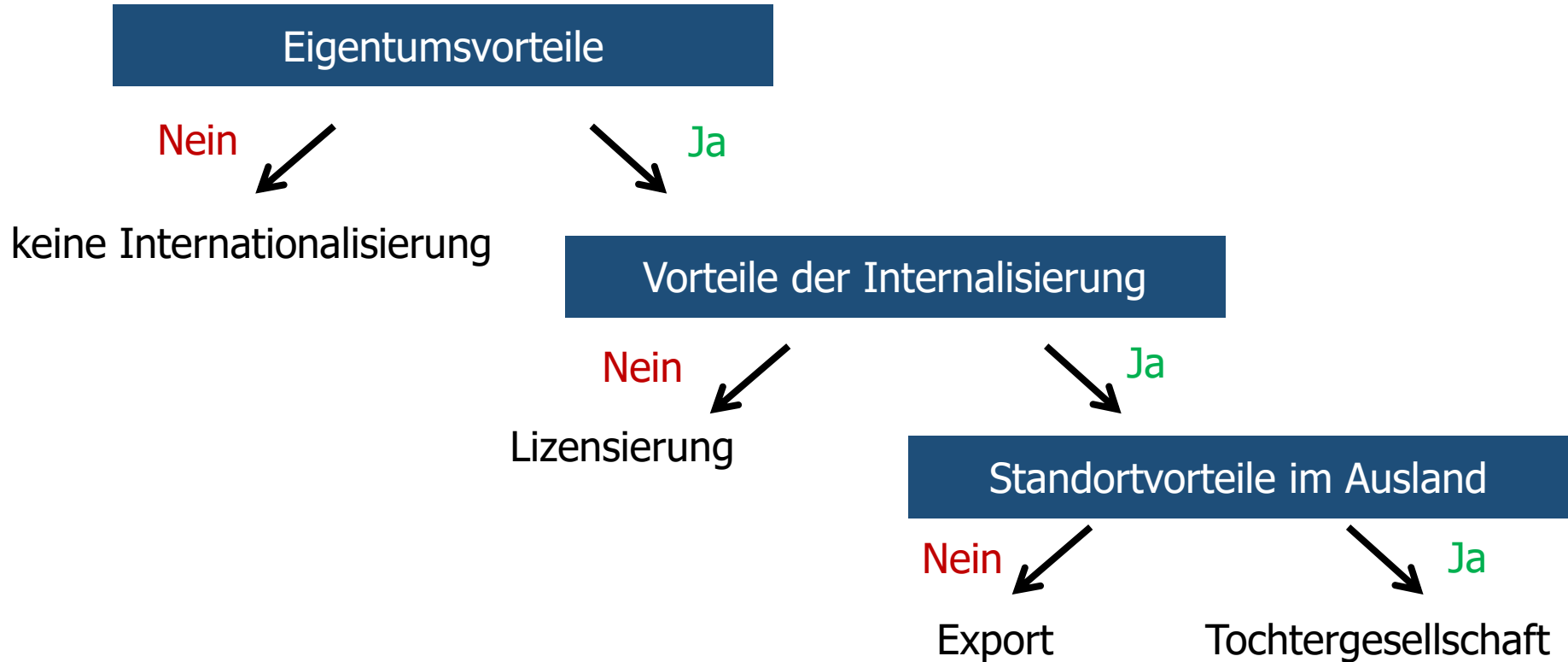
Marktrelevante Barrieren

- Behinderung des Zugangs zu Distributionskanälen
- Probleme, qualifiziertes Personal zu finden
- Kundenvorliebe nach lokalen Produkten („buy local“)

- Erklärt die Auswahl folgender Internationalisierungsstrategien:
 - Export
 - Lizensierung
 - Niederlassung
- Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Internationalisierungsstrategie und bestimmten Vorteilen:
 - Eigentumsvorteile
 - Produktinnovationen, Patente, technologische Vorteile
 - Vorteile der Internalisierung:
 - Vorteile aus der „Internhaltung“ bestimmter Ressourcen (Technologie, Know-How)
 - Standortvorteile:
 - Kosten für Ressourcen, Arbeitskräfte, Infrastruktur, Transport

Internationalisierungsstrategien

Eclectic Theory – J. Dunning (I/II)



Anpassung von Produkteigenschaften an neue Marktbedingungen

North America Grounded NEMA 5-15	Japan Non-grounded JIS C 8303	Europe German style CEE7/4 Schuko	Europe French style Schuko	Europe/Russia Non-grounded CEE7/16 Europlug	Great Britain Grounded BS-1363	Great Britain "Shaver socket" BS-4573
Australia/China Grounded AS-3112	Italy Grounded CEI 23-16	Switzerland Grounded SEV-1011	Denmark Grounded SRAF 1962/DB	Israel Grounded SI 32 (IS 16A-R)	India Grounded BS-546 "Small"	South Africa Grounded BS-546 "Large"

Elektrizitätssysteme (Anpassung der Voltzahl)



lokale Geschmacksrichtungen

Grenzübergreifendes „Branding“ – Lost in Translation


Marke	Übersetzung Heimatmarkt	Übersetzung Auslandsmarkt
Kentucky Fried Chicken	English: "Finger lickin' good."	Chinese: "Eat your fingers off."
Electrolux	vacuum cleaner	USA: "Nothing sucks like an Electrolux"
Perdue Farms Inc.	English: "It takes a tough man to make a tender chicken."	Spanish: "It takes a sexually excited man to make a chick affectionate."
Toyota / Audi	Toyota: MR2 Audi: e-tron	French: „em er deux“ = Merde = étron
Fiat	Uno	Finnish: Uuno = Idiot
Mitsubishi	Pajero	Spanish: Pajero = mo***fu**
Chevy	Nova	Spanisch: no va = geht nicht

Grundlagen des Entrepreneurship

Prof. Dr. Carolin Bock

WiSe 20/21 – Dozent: Dipl. Wirtsch. Inf. Andreas Schindler

Ende der Vorlesung



Vielen Dank, dass Sie bei der Vorlesung dabei waren!
Ich wünsche Ihnen viel Erfolg für Ihr weiteres Studium
und für Ihre künftigen Gründungsvorhaben.

Andreas Schindler