

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

1.	Exportmärkte der Bundesrepublik Deutschland	1
1.1	Zielmärkte aus Sicht des deutschen Exporteurs	1
1.2	EG-Binnenmarkt 1992	2
1.2.1	Ausgangslage für den Unternehmer	2
1.2.2	Empfehlungen zur Chancennutzung	3
1.2.3	Analyse der Fakten und Daten	5
2.	Fehler und Schwächen kleiner und mittlerer Unternehmen im internationalen Wettbewerb	7
2.1	Anforderungen im internationalen Wettbewerb	7
2.2	Engagement und Unternehmensgröße	7
2.3	Fehlerquellen	8
3.	Informationsbeschaffung mit System	11
3.1	Information im Dienste des Unternehmens	11
3.2	Aufbau einer Informationsdatei (Matrix)	12
3.3	Beispiel einer Informationsmatrix	15
4.	Eintritt in den Auslandsmarkt	17
4.1	Ziele und Motive außenwirtschaftlicher Betätigung	17
4.1.1	Situation des Inlands-/Binnenmarktes	17
4.1.2	Spezifische (Vorteile) Merkmale des Auslandsmarktes	19
4.1.3	Allgemeine Merkmale	19

4.1.4	Definition der Unternehmensziele	19
4.2	Schaffen einer fundierten Entscheidungsbasis	20
4.2.1	Schematische Aufgabendarstellung	21
4.2.2	Bestimmung des eigenen Standortes	22
4.2.3	Klassifizierung der Einflußgrößen	22
4.2.4	Festlegen der Vorgehensweise	24
4.3	Darstellung der Einflußgrößen, die am Markt wirken	24
4.3.1	Außenfaktoren	25
4.3.1.1	Technische Entwicklung	25
4.3.1.2	Markt und Marktstruktur	25
4.3.1.3	Politik und Gesellschaft	26
4.3.1.4	Konkurrenz	27
4.3.1.5	Volkswirtschaft	27
4.3.2	Innenfaktoren	28
4.3.2.1	Unternehmen und Unternehmensorganisation	28
4.3.2.2	Personal	28
4.3.2.3	Führung	29
4.3.2.4	Produkt und Technik / Leistung und Know How	29
4.3.2.5	Wertmäßiges Informationssystem	29
4.3.2.6	Finanzierung	30
4.3.2.7	Absatz und Marketing	30
4.4	Vorselektion der Auslandsmärkte	30
4.4.1	Grundlagen	30
4.4.2	Durchführen der Vorselektion	31
4.4.3	Weitere Selektionsphasen	33
4.5	Verdichtung der Einflußgrößen auf beurteilungsfähige Stufen	34
4.5.1	Voraussetzungen	34
4.5.2	Aufbau eines Stufenkonzeptes	34
4.5.3	Bewertungssystem	35
4.5.4	Kreis der Befragten (wer beurteilt?)	37
4.5.5	Beispiel für den Aufbau eines Stufenkonzeptes mit Bewertungsskala	38
4.5.5.1	Technische Entwicklung	38
4.5.5.2	Markt- und Marktstruktur	39
4.5.5.3	Politik und Gesellschaft	42
4.5.5.4	Konkurrenz	45
4.5.5.4.1	Konkurrenzanalyse	45
4.5.5.4.2	Stufenkonzept	50
4.5.5.5	Volkswirtschaft	52
4.5.5.6	Unternehmen und Unternehmensorganisation	53

4.5.5.7	Personal	57
4.5.5.8	Führung (Management)	58
4.5.5.9	Produkt und Technik, Leistung und Know How	60
4.5.5.10	Wertmäßiges Informationssystem	61
4.5.5.11	Finanzierung	64
4.5.5.12	Absatz und Marketing	65
4.6	Auswertung des Stufenkonzeptes	67
4.6.1	Grundlegende Hinweise	67
4.6.2	Tabellenauswertung	67
4.6.2.1	Darstellung der Attraktivität	68
4.6.2.2	Darstellung der Eintrittsbarrieren	69
4.6.3	Ergebnis der Tabellenauswertung	70
4.6.4	Darstellung im Portfolio	71
4.6.5	Strategische Ansätze	71
5.	Marktbeurteilung und Kalkulation	74
5.1	Erkennen und Bewerten von Risiken	74
5.2	Quellen der Kalkulationsgrundlagen	75
6.	Zusammenfassung und Ausblick	77
	Anhang:	
1.	Weiterführende Literatur	78
2.	Wichtige Anschriften	81
2.1	Anträge auf Ausfuhrgenehmigung	81
2.2	Außenhandelsinformationen	81
2.3	Deutscher Wirtschaftsdienst	81
2.4	EG-Beratungsstellen	82
2.5	Europäische Gemeinschaft	83
2.6	Presse- und Informationsbüros der Kommission der Europäischen Gemeinschaft	84
Sachregister		85