

Exportfitness-Check

Prof. Dr. Ralph Lehmann & Daniel Isler



Die Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur hat zusammen mit der Zürcher Fargate AG in mehreren Studien untersucht, welche Voraussetzungen Schweizer KMU für eine erfolgreiche Auslandsexpansion erfüllen müssen. Die wichtigsten Aspekte wurden nun in einer Checkliste festgehalten, welche dem KMU Hinweise auf mögliche Schwachstellen liefert.

Wille

Wachstumsziele

- Unsere Eigentümer wollen, dass unser Unternehmen wächst.
- Wir orientieren uns an langfristigen Zielen (5+ Jahre).
- Die Erschliessung ausländischer Märkte ist Bestandteil unserer Strategie.

Risikobereitschaft

- Wir sind bereit, eine 50 Prozent-Stelle für die Erschliessung ausländischer Märkte zu investieren.
- Wir könnten ein jährliches Unternehmenswachstum von 20 Prozent aus eigenen Mitteln finanzieren.
- Wir könnten einen Totalverlust unserer Exportaufbau-Investitionen verkraften.

Einsatzbereitschaft

- Unser zuständiger Geschäftsleiter könnte ein Drittel seiner Arbeitszeit im Ausland verbringen.
- Unsere Export-Mitarbeitenden sind bereit, 20 Tage im Jahr ins Ausland zu reisen.
- Die Mitarbeitenden sind bereit, Überstunden zu leisten um Auftragsspitzen abzudecken.

Fähigkeit

Erfahrungen

- Unsere GL-Mitglieder waren früher im Ausland oder für internationale Unternehmen tätig.
- Unsere Export-Mitarbeiter haben sich mehrere Monate im Ausland aufgehalten.
- Wir haben gute Kontakte zu Kunden oder Vertretern unserer Marktleistungen im Ausland.

Mittel

- Wir können für den Aufbau eines Auslandmarktes 50'000+ CHF Fremdleistungen investieren.
- Wir könnten eine Umsatzverdoppelung in fünf Jahren bewerkstelligen.
- Wir können Liefertermine hundertprozentig einzuhalten.

Wissen

- Unsere Export-Mitarbeitenden beherrschen die englische Sprache verhandlungssicher.
- Unsere Mitarbeitenden verfügen über das notwendige Export-Wissen.
- Wir können unsere Marktleistung an international unterschiedliche Bedürfnisse anpassen.

Produkt

Differenzierung

- Wir sind in einer Marktnische tätig und bieten eine spezialisierte Marktleistung an.
- Wir heben uns bezüglich der Qualität unserer Marktleistungen von der Konkurrenz ab.
- Unsere Preise liegen maximal 15 Prozent über jenen der Konkurrenz.

Nachhaltigkeit

- Wir können unseren Wettbewerbsvorteil durch ständige Weiterentwicklung verteidigen.
- Unsere Konkurrenten benötigen mehr als ein Jahr, um unsere Marktleistung zu kopieren.
- Wir sind in der Lage, langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen.

Reifegrad

- Unsere Marktleistung ist ausgereift und hat sich im Schweizer Markt bewährt.
- Unsere Marktleistung weist keine Kinderkrankheiten mehr auf.
- Wir müssen weniger als 5 Prozent unserer Marktleistungen nachbessern.

Standortvorteil

- Wir haben gut ausgebildete Mitarbeitende für die Erstellung unserer Marktleistung.
- Die Nachfrage nach unserer Marktleistung ist in der Schweiz sehr anspruchsvoll.
- In der Schweiz herrscht ein intensiver Wettbewerb unter den Leistungsanbietern.

Transportierbarkeit

- Die Mittel zum Transport unserer Marktleistung ins Ausland stehen zur Verfügung.
- Der Wert unserer Marktleistung lässt sich dem Kunden in wenigen Worten erklären.
- Der Kunde kann unsere Marktleistung ohne zusätzliche Instruktionen nutzen.



Prof. Dr. Ralph Lehmann ist Projektleiter International Business an der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur.

Daniel Isler ist Geschäftsführer der Fargate AG, dem grössten privaten Exportfördernetzwerk mit 150 Geschäfts-anbahnungs-Agenten in 50 Ländern.

