



WYNGS ACADEMY

INTERNATIONALISATION WORKSHEET

*5 Fragen,
die Sie sich vor Beginn Ihrer
internationalen Expansion
stellen sollten.*

*“STRATEGIC
THINKING RARELY
OCCURS
SPONTANEOUSLY.”*

- Michael Porter

01

Welches sind meine Gründe für die Internationalisierung?



Dies ist die erste Frage, die Sie sich stellen sollten. Haben Sie eventuell bereits erste Kunden, die Ihre Produkte oder Services im Ausland nachfragen und Sie möchten diese Nachfrage befriedigen? Haben Sie die internationale Entwicklung Ihren Investoren in Ihrem Businessplan als Wachstumsprojekt vorgeschlagen? Haben Sie persönliche Ambitionen, im Ausland zu leben und möchten Ihr Business gerne auch in diesem Land aufbauen? Sehen Sie sich eher als Unternehmensgründer? Möchten Sie daher lieber in neuen Ländern Aufbauarbeit leisten und weniger die gut entwickelten Märkte als General Manager leiten? Es gibt sicher viele triftige Gründe für internationale Expansion, welcher ist Ihrer?

01

Welches sind meine Gründe für die Internationalisierung?



TO DO: Schreiben Sie alle Ihre Gründe auf und lassen Sie diese von einem vertrauten Mitarbeiter, Chef oder Bekannten gegenlesen. Diskutieren Sie darüber. Denn eine zu schnell gefällte Entscheidung kann gravierende Folgen haben, also nehmen Sie sich die Zeit zum Nachdenken und Reflektieren.

02

Ist mein Heimatgeschäft **stabil** genug?



Ein Internationalisierungsprojekt sollte nur dann in Angriff genommen werden, wenn Ihr Geschäft in Ihrem Heimatmarkt stabil genug ist. Ihr Unternehmen in einem anderen Land zu entwickeln bedeutet, dass in den meisten Fällen sowohl der Unternehmensgründer als auch einige seiner besten Mitarbeiter mit dem Projekt beauftragt werden. Es geht quasi darum, ein neues Unternehmen zu gründen. Gehen Sie davon aus, dass Sie im neuen Land wieder als Start-Up anfangen, auch wenn Sie in Ihrem Heimatland schon ein solides Geschäft haben.

02

Ist mein Heimatgeschäft **stabil** genug?



TO DO: Schreiben Sie auf, welche Risiken Sie für Ihr Kerngeschäft sehen. Teilen Sie diese mit dem Projektteam. Je eher potentielle Risiken geteilt und besprochen werden, desto eher können Sie und Ihr Team gegensteuern.

03

Kann mein laufendes Business 6 Monate **ohne die besten Vertriebler** erfolgreich weiterlaufen?



Neben der erfolgreichen Umsetzung der Market Entry Strategy (Lokalisierung, erste Schritte im operativen Marketing sowie die Frage nach einem guten Recruiting) geht es bei der Internationalisierung natürlich vor allem um die Generierung erster Umsätze, den Vertrieb! Neue Kunden ansprechen und überzeugen ist die Arbeit Ihrer besten Sales-Mitarbeiter. Diese sollen helfen, die erfolgreichen Vertriebsstrategien Ihres Heimatmarktes in den neuen Märkten auszuprobieren und anzupassen. Wenn Ihr Kerngeschäft im Heimatland nicht ungefähr zwei Quartale ohne Ihre besten Vertriebsmitarbeiter ohne Probleme weitergeführt werden kann, müssen Sie sich die Frage stellen, ob Sie Ihr Internationalisierungsprojekt erst zu einem späteren Zeitpunkt in Angriff nehmen.

03

Kann mein laufendes Business 6 Monate **ohne die besten Vertriebler** erfolgreich weiterlaufen?



TO DO: Skizzieren Sie das Projektteam "Internationalisierung" und arbeiten Sie mehrere Szenarien aus, wie die Teams in Ihrem Heimatmarkt ohne Ihre besten Salesmanager auskommen. Gibt es in Ihrem Unternehmen genug Nachwuchspotentiale, die zum Sales-Manager aufsteigen können? Sprechen Sie mit den Mitarbeitern und deren Teams über Ihr Internationalisierungsvorhaben. Entscheiden Sie nicht über die Köpfe hinweg, wenn Sie während dieser Entwicklung auf engagierte Mitarbeiter zählen möchten.

04

Habe ich die **finanziellen Ressourcen**, um mein Geschäft international zu erweitern?



Machen wir uns nichts vor, Internationalisierung ist eine große Investition: sowohl für Ihr Team als auch finanziell.

Neben den Gehältern des Projektteams kommen viele zusätzliche Kosten auf Sie zu: Lokalisierung, Marketingaktionen, Messeauftritte, Büroräume, Reisen, Business Development und vieles mehr. Sparen Sie nicht an der Internationalisierung, sondern seien Sie vorausschauend.

Kleiner Tipp: *Mit nur einem (überforderten) Praktikanten kann man kein Geschäft erfolgreich, schnell und nachhaltig international entwickeln.*

04

Habe ich die **finanziellen Ressourcen**, um mein Geschäft international zu erweitern?



TO DO: Erarbeiten Sie ein realistisches Budget für die ersten 12-18 Monate. Wenn Sie damit fertig sind, erweitern Sie dieses noch einmal um mindestens 25-30 %. So kommen Sie einer realistischen Budget-Einschätzung schon sehr nahe.

05

Was sind meine **persönlichen Ambitionen**, international tätig zu werden?



Sie sollten sich dringend auch die Fragen stellen, welche persönlichen Ambitionen Sie haben und ob Ihre aktuelle Lebenslage eine Internationalisierung zulässt. Als Geschäftsführer oder Projektleiter können Sie davon ausgehen, dass Sie eine erhöhte Reisetätigkeit (gehen Sie von wöchentlichen Reisen aus) in Kauf nehmen müssen. Zudem kommt je nach Teamaufstellung eine Doppelarbeit auf Sie zu, vor allem am Anfang. Sie werden sich um Ihr Heimatgeschäft kümmern müssen und gleichzeitig neue Märkte aufbauen.

05

Was sind meine **persönlichen Ambitionen**, international tätig zu werden?



TO DO: Schreiben Sie eine Liste von persönlichen Gründen und Risiken auf. Seien Sie so ehrlich wie möglich. Früh identifizierte Blockaden oder Risiken können meist einfach behoben oder bearbeitet werden.