

EXPORT BUSINESS PLAN

für Ihren Eintritt in den neu angedachten Zielmarkt im Rahmen von Enabling!Export

Firmenwortlaut:	Branche: Kundensegment: <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C
MitarbeiterInnen: Umsatz:	In welchen Ländern bestehen bereits Niederlassungen:
Welcher Exportzielmarkt soll künftig verstärkt und/oder neu bearbeitet werden? Land und/oder Region: Angedachte Vertriebsstruktur:	
Diese/s Produkt/Dienstleistung soll am Zielmarkt abgesetzt werden: Beschreibung:	
Bestehendes Patent auf das Produkt, das abgesetzt werden soll: <input type="checkbox"/> Ja Wenn ja, für welches Schutzgebiet? <input type="checkbox"/> Nein	
Bereits bestehender Business Plan für das künftige Auslandsgeschäft: <input type="checkbox"/> Ja Wenn ja, bitte beifügen. <input type="checkbox"/> Nein	

I. MEIN UNTERNEHMEN

<p>Diese Stärken zeichnen unser Unternehmen hinsichtlich unseres Vorhabens am künftigen Zielmarkt aus:</p>	<p>Diese Schwächen hat unser Unternehmen:</p>
<p>Sind die oben angeführten Schwächen vernachlässigbar oder müssen diese vor Beginn des neuen Auslandsengagements behoben werden?</p> <p><input type="checkbox"/> Ja Wenn ja, wie?</p> <p><input type="checkbox"/> Nein</p>	
<p>Für das neu angedachte Auslandsgeschäft planen wir zusätzliche MitarbeiterInnen im Unternehmen einzustellen:</p> <p><input type="checkbox"/> Ja, und zwar (Anzahl):</p> <p>Welche Qualifikationen sollen die neu angeworbenen MitarbeiterInnen mitbringen und in welchem Bereich sollen diese eingesetzt werden?</p> <p><input type="checkbox"/> Nein</p>	
<p>Wir haben vor im Zuge der Markterschließung externe Unterstützung in Anspruch zu nehmen:</p> <p><input type="checkbox"/> Ja, und zwar hierfür (z.B.: Vertrieb, Business Development, Kundensupport vor Ort, Marketing, etc.):</p> <p><input type="checkbox"/> Nein</p>	

II. EXPORTZIELE, VISIONEN & MOTIVE

<p>Diese Meilensteine haben wir uns für die nächsten 1-3 Jahre hinsichtlich der Markterschließung gesetzt:</p> <p>Im 1. Jahr:</p> <p>Im 2. Jahr:</p> <p>Im 3. Jahr:</p>
<p>Langfristig gesehen haben wir die Geschäftsentwicklung am Zielmarkt betreffend folgende Vision:</p>
<p>Folgende Chancen & Risiken sind für unser Unternehmen mit dem Vorhaben verbunden (intern):</p> <p>Chancen (min. 2):</p> <p>Risiken (min. 2):</p>

III. DER ZIELMARKT

<p>Der angedachte Exportzielmarkt kann folgendermaßen charakterisiert werden:</p>	
<p>Stärken:</p>	<p>Schwächen:</p>
<p>Marktpotenzial:</p>	<p>Barrieren:</p>

Wirtschaftsdaten des Exportzielmarktes, der künftig verstärkt/neu bearbeitet werden soll:	
BIP (nominal):	Infrastruktur vor Ort:
BIP/Kopf (nominal):	
Inflationsrate:	
F&E-Quote:	
Außenhandelsbeziehungen Österreich – Zielmarkt:	Einschätzung des Geschäftsumfeldes:
Wachstumsprognosen und Trends in der für uns relevanten Branche am Zielmarkt:	Einschätzung des Marktvolumens vor Ort (ausgewähltes Produktsortiment):
Die Top 3 MitbewerberInnen vor Ort sind:	Bilaterale und/oder multilaterale Handelsabkommen:
Welche Produktstandards gelten (notwendige Zertifizierung meiner Ware/DL?):	Die bedeutendste Fachmesse vor Ort ist:

Soziale, rechtliche und politische Struktur des Marktes:
Spezifische Anforderungen und kulturelle Charakteristika, die wir vor Ort berücksichtigen sollten (Werte, Geschichte, Geschäftskultur, Businesskodex, Zeitverschiebung, etc.):

Vor Ort vorherrschende Religion (Auswirkungen auf Arbeitszeiten, Ferien & Feiertage, Umgang Mann/Frau u.Ä.):
Wir schätzen die politische Situation im Land wie folgt ein:
Rechtliche Rahmenbedingungen, die für uns am neuen Zielmarkt von besonderer Relevanz sind (Produkthaftung etc.):
Weitere Anmerkungen:

IV. POTENZIELLE ABNEHMERInnen | KUNDEN bzw. KUNDINNEN

Unsere prioritäre Zielgruppe kann wie folgt beschrieben werden:
Unsere Kunden vor Ort sind (bspw. stahlverarbeitende Betriebe, Endkonsumenten, staatliche Einrichtungen, Handelsketten, F&E-Einrichtungen, landwirtschaftliche Betriebe):
Demographische Situation meiner Kunden/Kundinnen vor Ort, insbesondere hinsichtlich des B2C-Geschäfts (Alter, Geschlecht, Bildung, Stadt/Land, Lifestyle, Statussymbole, Bedürfnisse etc.):
Generelles Kaufverhalten (Innovationsbegeisterung, Technologieaffinität, Preissensibilität, Markentreue, Qualitätsbewusstsein, Onlineshopping vs. stationärer Einkauf etc.):

Weitere Anmerkungen:

V. DAS PRODUKT I DIE DIENSTLEISTUNG

Folgende Produktanpassungen müssen im Rahmen des neuen Markteintrittes vorgenommen werden (vgl. [Produktbeschreibung auf S.1](#)):

Für unser Produkt/unsere Dienstleistung benötigen wir am Zielmarkt folgende Genehmigungen/Zulassungen/Zertifizierungen:

So hebt sich unser Produkt/unsere Dienstleistung von jenem/jener unserer Konkurrenten am Zielmarkt ab:

Welche Preispolitik wird in diesem Zusammenhang angedacht (Preissegment etc.):

VI. VERTRIEB

Welche Vertriebsstrategie ist vor Ort angedacht?

Wir führen den Transport selbständig durch:

Ja

Nein

Inwiefern sind die geltenden Zoll- und Einfuhrbestimmungen für Sie relevant (zeitlicher, finanzieller Aufwand)?

Bitte gehen Sie iHa die Abwicklung Ihres Geschäfts auf folgende Punkte näher ein:
Inbetriebnahme, Schulung, Montage, Wartung, After-Sales-Service

VII. MARKETING

So sieht unsere Marketingstrategie für den neu zu bearbeitenden Zielmarkt aus:

Diese Marketingstrategie unterscheidet sich von der Bisherigen (etwa am Heimmarkt):

Ja

Wenn ja, wie:

Nein, weil:

VIII. FINANZPLANUNG

Diese Vorlagen dienen als Grundlage für die Erstellung eines individuell angepassten Finanzplans. Die einzelnen, angegebenen Positionen sollen als Hilfestellung dienen und sind lediglich exemplarisch zu verstehen.

Das Eingehen auf einzelne Branchen- und Unternehmenscharakteristika sowie individuelle Produkt- und Dienstleistungseigenschaften ist in diesem Rahmen nicht möglich. Im Einzelfall empfehlen wir stets eine betriebswirtschaftliche Finanzplanung (inkl. Grenzkostenrechnung etc.), die auf Ihr Unternehmen, spezielles Vorhaben sowie Produkt bzw. Ihre Dienstleistung zugeschnitten ist.

Die im Folgenden für den Zielmarkt vorzunehmende Kostenschätzung (II) und Ertragsrechnung (III) orientier(en) sich an dieser Absatzprognose:

I. ABSATZPROGNOSE

	Meine Absatzprognose für den angedachten Zielmarkt gestaltet sich wie folgt:	
	Absatzmenge	Verkaufspreis in EUR (netto)
Im 1. Jahr		
Im 2. Jahr		
Im 3. Jahr		

II. KOSTENSCHÄTZUNG

Mit welchem Mittelaufwand für die Finanzierung meines neuen/vertieften Auslandsgeschäftes werde ich in Hinblick auf die zuvor geschätzte Absatzmenge rechnen müssen?

	Positionen	Aufwand in EUR
	Personalgemeinkosten (intern) (Weiterbildungen etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Materialkosten / Stückkosten mal Absatzmenge	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Externe Vertriebsunterstützung (z.B.: Provision, Gehälter von Handelsvertretern, Sales Agents etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Laufende Beratungskosten (bspw. Rechtsanwaltskosten im In- und Ausland, Steuerberatung etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Fremdbezogene Leistungen (Zertifizierungen, Beglaubigungen, Übersetzungen, Marktanalyse etc.)	netto

1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Produktanpassungen	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Marketingkosten (Messeauftritte, Website, Promo-Material etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Reisekosten (in den angedachten Zielmarkt)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Versicherungen (Transport, Exportgarantie, Produkthaftpflicht etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Logistikkosten	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Lagerung/Miete vor Ort (Waren, Büroräume, Zolllager, Ersatzteillager etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Einfuhr- & Zollabgaben (ggf. andere Steuern und Abgaben, die am Zielmarkt eingehoben werden)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Devisenverluste	netto
1. Jahr		

2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
	Weitere Kosten, die entstehen könnten, wie bspw.:	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		
Aufwand/Kosten GESAMT		1. Jahr:
		2. Jahr:
		3. Jahr:

III. PROJEKTBEZOGENE ERTRAGSRECHNUNG

Folgenden Ertrag/Verlust werde ich mit dem neuen Auslandsengagement unter Berücksichtigung meiner Absatzprognose und Kostenschätzung erzielen:

Zeitplan	Gewinn/Verlust summiert
1. Jahr	
2. Jahr	
3. Jahr	
GESAMT	

IV. FINANZIERUNGSPLAN

Bitte führen Sie an mit welchen finanziellen Mitteln (FK, EK, Förderungen) Sie Ihr Auslandsgeschäft in den nächsten drei Jahren finanzieren werden:

<p>1. Jahr:</p> <p>2. Jahr:</p> <p>3. Jahr:</p>	
Zur Verfügung stehendes Gesamtkapital für das geplante Auslandsvorhaben in den kommenden 3 Jahren	EUR: