

EMERGING MARKETS | ACTION PLAN

IHR EXPORT BUSINESS PLAN FÜR MARKTEINTRITT/-AUSBAU | DIGITALISIERUNG | INTERNATIONALE
FACHKRÄFTEAKQUISE

I. MEIN UNTERNEHMEN

Firmenwortlaut:	
Unternehmensanschrift:	
Kennziffer Unternehmensregisters (KUR) :	Steuernummer:
Ansprechperson:	
Kontaktinformationen:	
Projektziel: ☐ Markteintritt/-ausbau ☐ Digitalisierung ☐ Internationale Fachkräfte	
Kurzdarstellung des Vorhabens:	
Diese/s Produkt/Dienstleistung soll am Zielmarkt angeboten werden:	
Diese Stärken zeichnen unser Unternehmen hinsichtlich unseres Vorhabens am künftigen Zielmarkt aus:	Diese Schwächen hat unser Unternehmen:
Für das neu angedachte Auslandsgeschäft planen wir zusätzliche Mitarbeiter:innen im Unternehmen einzustellen: ☐ Ja, und zwar (Anzahl): Wer wird das geplante Vorhaben künftig betreuen und in welcher Funktion? Position im Unternehmen: Welche Qualifikationen und Erfahrungen bringen die neu angeworbenen Mitarbeiter:innen mit und in welchem Bereich sollen sie eingesetzt werden? ☐ Nein	

Ist im Zuge der Projektumsetzung die Inanspruchnahme externer Unterstützung vorgesehen und für welche Bereiche soll diese idealerweise erfolgen?

☐ Ja, und zwar für (z.B.: Vertrieb, Business Development, Kundensupport vor Ort, Marketing, etc.):

☐ Nein

II. ERFAHRUNG, IST – ZUSTAND & RESSOURCEN

Hat Ihr Unternehmen bereits Erfahrungen beim internationalen Markteintritt/-ausbau in Emerging Markets gesammelt?

☐ Wenn ja, wo und welche?

☐ Noch keine vorhanden

Welche Digitalisierungsmaßnahmen haben für Ihr Unternehmen international eine besonders hohe Relevanz (z.B. umfassendes ERP-System, Cyber Security, SM, Online-Shop etc.)?

☐ Wenn ja, wo und welche?

☐ Nein

Hat Ihr Unternehmen bereits Erfahrungen im Bereich internationale Fachkräfteakquise gesammelt?

☐ Wenn ja, wo und welche?

☐ Nein

Welche Informationen oder Recherchen wurden zum konkreten Vorhaben bereits eingeholt? (z.B. Marktanalyse, Feasibility Study ...)

Welche zeitlichen und finanziellen Ressourcen stehen für das angestrebte Vorhaben derzeit zur Verfügung?

- **Zeitlich** – Wie viel Zeit wird aktuell investiert?

- **Finanziell** – Welche Mittel stehen aktuell zur Verfügung?

☐ Ja, es ist geplant, zusätzliche Ressourcen auszubauen (zeitlich und/oder finanziell):

☐ Nein, es ist kein weiterer Ressourcenausbau geplant.

III. ZIELE, VISIONEN & MOTIVE

Diese Meilensteine haben wir uns für die nächsten 1-3 Jahre hinsichtlich unserer Vorhaben im ausgewählten Emerging Market gesetzt: Im 1. Jahr: Im 2. Jahr: Im 3. Jahr:
Langfristig gesehen haben wir folgende Vision:
Folgende Chancen & Risiken sind für unser Unternehmen mit dem Vorhaben verbunden Chancen (min. 2): Risiken (min. 2):
Ist die Geschäftsführung/das Management in das zukünftige Vorhaben involviert? ☐ Ja ☐ Nein ☐ Mäßig
Wie wird/werden die Konkurrenz und die Mitbewerber:innen eingeschätzt?

IV. ZIELMARKT

Bitte füllen Sie das für Sie/Ihr Vorhaben Zutreffende aus.

Der angedachte Emerging Market kann folgendermaßen charakterisiert werden:	
Stärken:	Schwächen:
Marktpotenzial:	Barrieren:

Wirtschaftsdaten des Zielmarktes, 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 Mitbewerber:innen 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:

V. POTENZIELLE ABNEHMER:INNEN | KUND:INNEN

Unsere prioritäre Zielgruppe kann wie folgt beschrieben werden:

Unsere Kund:innen vor Ort sind (bspw. stahlverarbeitende Betriebe, Endkonsument:innen, staatliche Einrichtungen, Handelsketten, F&E-Einrichtungen, landwirtschaftliche Betriebe):

Demographische Situation meiner Kund:innen 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:

VI. PRODUKT | DIENSTLEISTUNG

Bitte füllen Sie das für Sie/Ihr Vorhaben Zutreffende aus.

Folgende Produktanpassungen müssen 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 Konkurrent:innen am Zielmarkt ab:

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

Bestehendes Patent auf das Produkt, das abgesetzt werden soll:

☐ Ja

Wenn ja, für welches Schutzgebiet?

☐ Nein

VII. 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**

VIII. MARKETING

Bitte füllen Sie das für Sie/Ihr Vorhaben Zutreffende aus.

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:

IX. PROJEKTZIEL | FINANZPLANUNG

Diese Vorlage dient 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 Basis für die Finanzplanung sollte ihr konkretes Ziel des individuellen Internationalisierungsvorhabens bilden.

I. MARKTEINTRITT/-AUSBAU | ABSATZPROGNOSE

Bitte füllen Sie das für Sie/Ihr Vorhaben Zutreffende aus.

	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 Projektumsetzung werde ich rechnen müssen? Bitte füllen Sie das für Sie/Ihr Vorhaben Zutreffende aus.

	Positionen	Aufwand in EUR
	Personalgemeinkosten (intern) (Weiterbildungen etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
	Materialkosten / Stückkosten mal Absatzmenge	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
	Externe Vertriebsunterstützung (z.B.: Provision, Gehälter von Handelsvertretern, Sales Agents etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
	Laufende Beratungskosten (bspw. Rechtsanwaltskosten im In- und Ausland, Steuerberatung etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
	Fremdbezogene Leistungen (Zertifizierungen, Beglaubigungen, Übersetzungen, Marktanalyse etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		

GESAMT		€ 0,00
	Produktanpassungen	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
	Marketingkosten (Messeauftritte, Website, Promo-Material etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
	Reisekosten (in den angedachten Zielmarkt)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
	Versicherungen (Transport, Exportgarantie, Produkthaftpflicht etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
	Logistikkosten	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
	Lagerung/Miete vor Ort (Waren, Büroräume, Zolllager, Ersatzteillager etc.)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
	Einfuhr- & Zollabgaben (ggf. andere Steuern und Abgaben, die am Zielmarkt eingehoben werden)	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
	Devisenverluste	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00

	Weitere Kosten, die entstehen könnten, wie bspw.:	netto
1. Jahr		
2. Jahr		
3. Jahr		
GESAMT		€ 0,00
Aufwand/Kosten GESAMT		1. Jahr: € 0,00
		2. Jahr: € 0,00
		3. Jahr: € 0,00

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	€ 0,00

IV. FINANZIERUNGSPLAN

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

1. Jahr: 2. Jahr: 3. Jahr:	
Zur Verfügung stehendes Gesamtkapital für das geplante Auslandsvorhaben in den kommenden 3 Jahren	EUR:
Ist das Unternehmen auch in der Lage, unvorhergesehene Kosten (selbständig) abzudecken?	☐ Ja. In welcher Höhe: ☐ Nein

Datum: