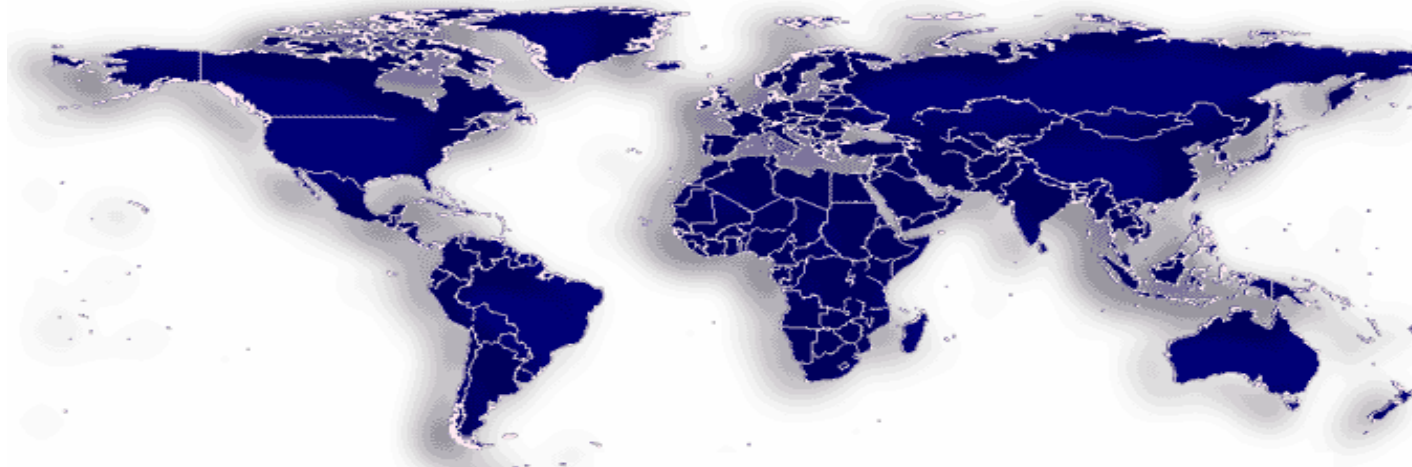


Heilbronn-Franken

Ein starkes Stück Baden-Württemberg.



Forum Europa
Tauberbischofsheim
10. November 2004

Ausländische Märkte systematisch erschließen

Baden-Württemberg International



**Global
supplier**

**Global
sourcing**

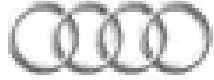
**Global
presence**

**Global
procurement**

**International
purchasing**



Mercedes-Benz



Audi



PORSCHE



BOSCH

MAHLE



Eberspächer



KOLBENSCHMIDT
PIERBURG

RECARO

BEHR



BOSCH

MAHLE



Eberspächer

KMUs



KOLBENSCHMIDT
PIERBURG

RECARO

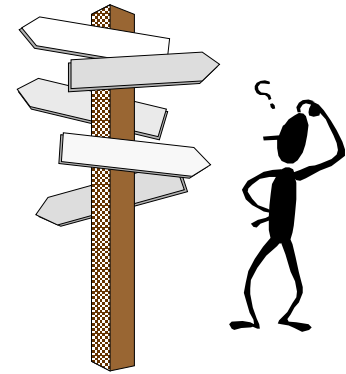
BEHR

- Qualität
- Zuverlässigkeit
- Zeit
- Risiko
- Produktanpassung
- Innovation
- Kosten
- Ressourcen
- Marktentwicklung



Fragestellungen

- Wie finden wir ein Partnerunternehmen im Ausland?
- Wie kann ich mein Engagement im neuen Markt auf eine breitere Basis stellen?
- Wie finde ich geeignete Mitarbeiter/innen?
- Unser Hauptkunde produziert jetzt in den USA und hat freundlich angefragt, ob wir nicht auch dort präsent sind?
- Wie können wir unser Marktgebiet ausdehnen?
- Wie können wir unsere Niederlassung besser „motivieren“?



Voraussetzungen für erfolgreiches Auslandsgeschäft

Marktkennntnis

Ressourcen im Unternehmen

Vertrieb/Produktion + Service

Markterschliessungskonzept



Checkliste-Markteintritt



Markt und Wettbewerb

- i Kunden/Zielgruppe
- i regionale Märkte
- i Wettbewerbssituation
- i rechtliche Markteintrittsbedingungen
(Firma/Produkt) §

Markteintritt

- i Markteintrittsalternativen
- i Produktauswahl
- i Zielgruppe(n):
 - Definition
 - Identifikation
 - Ansprache
- i Geschäftspartner:
 - Identifikation
 - Ansprache
 - Auswahl §
- i Marktpräsenz und -etablierung
- i Ggfs. Standortbewertung und -wahl §

Produkt

- i Marktspezifische Produktanpassung §
- i Dokumentation §
- i Service und Diagnose
- i Produkthaftung §
- i Ausbau/Weiterentwicklung des Produktportfolios

Marketing u. Vertriebsunterstützung

- i Internet
- i Informationsschriften/Unterlagen §
- i Service-/Kontaktstellen vor Ort
- i Messen und Fachveranstaltungen
- i Promotionsereignisse
- i Showroom
- i (Tele-)Marketingaktionen
- i Kundenpflege/-betreuung
- i Markenname §
- i Unternehmensimage

Unternehmensinterne Aspekte

- i Unternehmensstrategie §
- i Business Plan
- i Budget
- i Verantwortung und Kompetenz
- i Permanente Projektgruppe
- i Outsourcing
- i Reise- und Eventplanung
- i Produktanpassung/-weiterentwicklung

Die Welt ist unser Markt!



Kurzprofil Baden-Württemberg International

Eigentümer:

- **Land Baden-Württemberg**
- **Landesverband der baden-württembergischen Industrie (LVI)**
- **++!**

Aufsichtsrats-
vorsitzender: **Minister Pfister, MdL**

Firmensitz: **Stuttgart**

Beschäftigte: **40 (Inland)**

Umsatz: **€16 Mio.**

Geschäftszweck

- è Unterstützung baden-württembergischer Unternehmen bei der Erschließung ausländischer Märkte
 - è Unternehmensansiedlung, Investorenservice und Standortmarketing
 - è ++ !
-

= Internationale Unternehmenszusammenarbeit

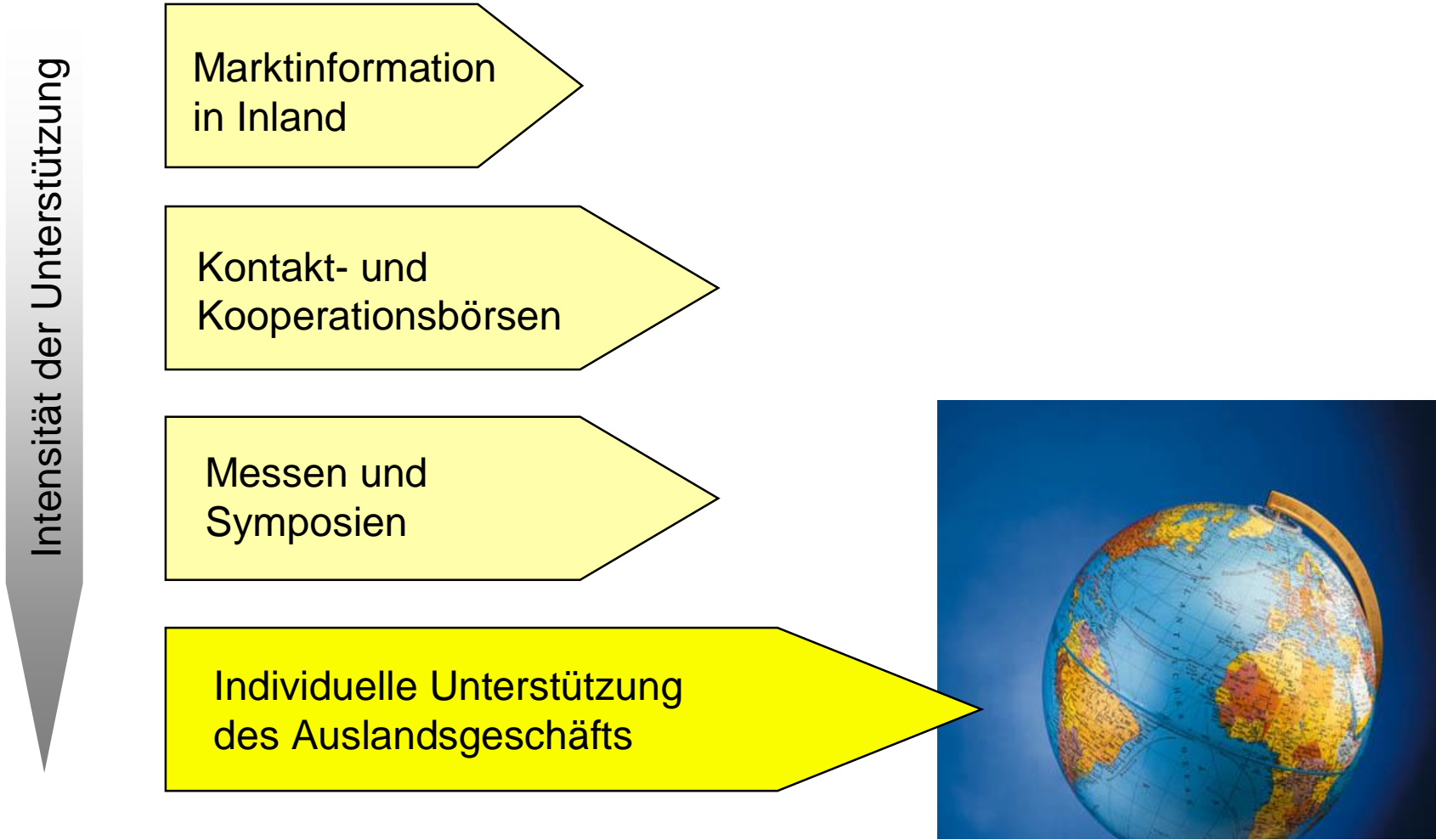




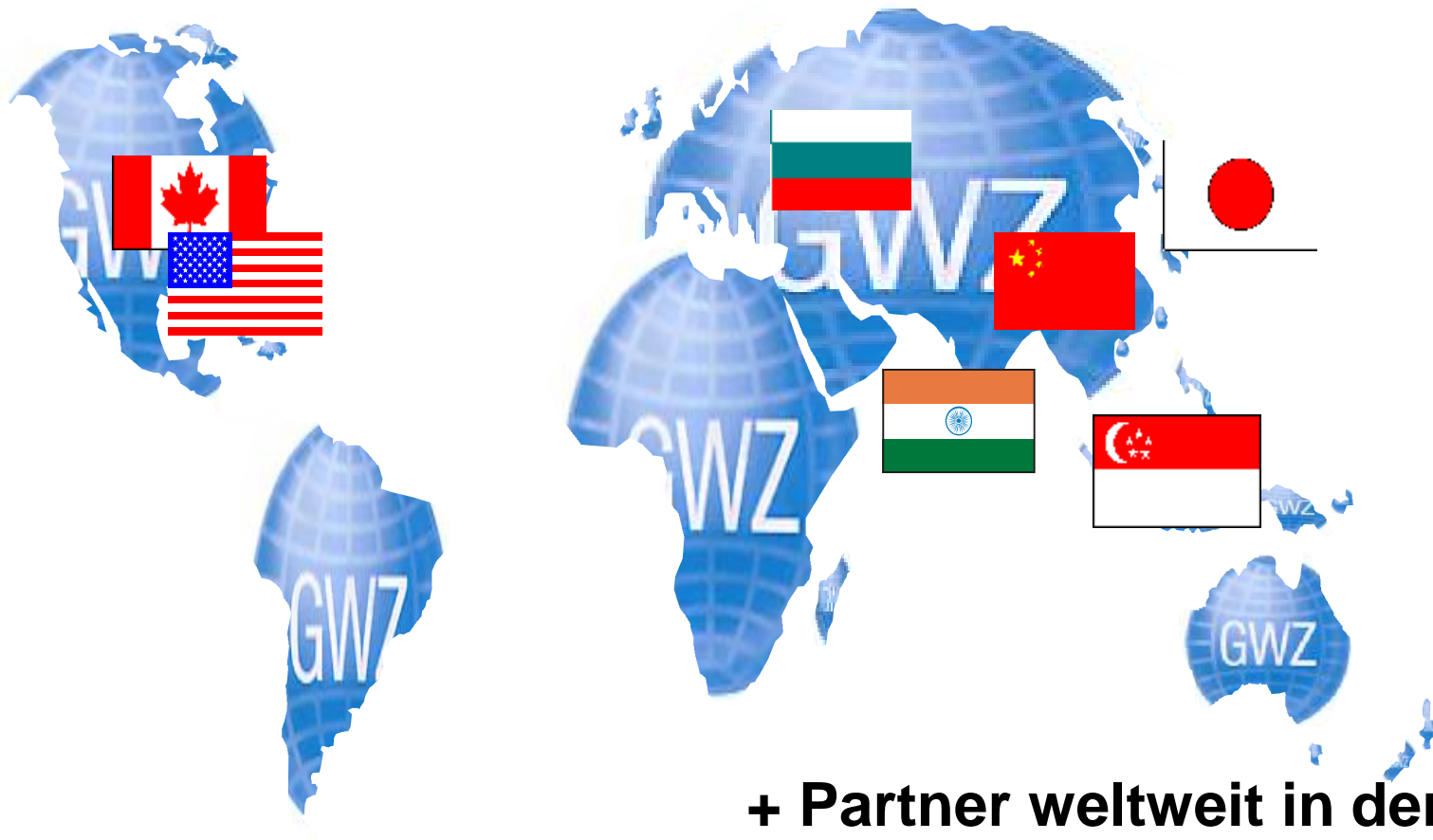
Erschließung von Auslandsmärkten



Modulares Leistungsangebot



Repräsentanten in...



+ Partner weltweit in den wichtigsten Märkten!

Gesellschafter

- § Land Baden-Württemberg
- § Landesverband der baden-württembergischen Industrie e.V.
- § L-Bank Staatsbank für Baden-Württemberg (neu)
- § Industrie- und Handelskammertag (neu)
- § Handwerkstag (neu)