



## Internationalisierung im asiatischen Wirtschaftsraum für mehr Unternehmenswachstum und Zukunftssicherheit

von Marc S. Tenbieg



**Marc S. Tenbieg**  
Analyst & Managing Partner  
BRAICONN Deutschland

**Abstrakt:** Singapur bietet als Stadtstaat im Zentrum von Südostasien die ideale Basis für Geschäftsaktivitäten im gesamten asiatischen Raum. Die politische Situation ist sehr stabil und es existieren gute Verbindungen u.a. auch nach China. Zudem sind die aktuellen Rahmenbedingungen günstig für eigene Investitionen zur Erschließung neuer Absatzmärkte.

Viele Unternehmen haben in der Vergangenheit versucht mittels einer Internationalisierung vor allem in den USA neue Absatzmärkte zu erschließen. Nicht selten ist dieses Vorhaben an hohen zeitlichen, personellen wie auch monetären Gründen gescheitert. Auch die Suche nach passenden Partnerunternehmen hat sich als schwierig erwiesen, da nicht nur kulturelle sondern auch rudimentäre Aspekte einer nachhaltigen (strategischer) Geschäftsentwicklung entgegen kurzfristiger Gewinnerzielungsabsichten des US-Partners standen. Viele Unternehmen sind schlichtweg mit ihrem Vorhaben gescheitert und haben zudem eine ganze Menge Geld verbrannt.

Die Internationalisierung der Märkte bewirkt eine Intensivierung und räumliche Ausdehnung des Wettbewerbs, aber auch ein Zusammenwachsen der Märkte. Diese Entwicklung beinhaltet aus unternehmensstrategischer Sicht Chancen wie auch Risiken. Immer wichtiger wird deshalb eine klare Positionierung von Unternehmen und deren Produkte/Leistungen auf internationalen Absatzmärkten. Da das Thema der Globalisierung nicht nur Großunternehmen, sondern zunehmend auch innovative und erfolgreiche mittelständische Unternehmungen betrifft, gewinnen insbesondere Themen wie Venture Capital, Joint Venture und risikominimierte Internationalisierungsmaßnahmen immer mehr an wirtschaftlicher Bedeutung.

Die Aussicht, trotz internationaler Konkurrenz im eigenen Markt wettbewerbsfähig zu bleiben und zugleich das Potenzial anderer Märkte zu nutzen, führt zu sehr individuellen strategischen Aktivitäten der Unternehmen. Jedoch stehen den Chancen auf wirtschaftlichen Erfolg auch Risiken

gegenüber, die es von Anfang an gilt in überschaubaren Grenzen zu halten. Strategische Allianzen, Business Development Partner und Joint Ventures gelten ganz besonders in Asien als eine geeignete Form des Markteintritts.

### **World Economic Forum: Singapur und Hongkong stehen im weltweiten Enabling Trade Report 2009 an der Spitze**

Die ostasiatischen Volkswirtschaften Singapur und Hongkong belegen in der Rangliste des Enabling Trade Index die beiden Top-Positionen, gefolgt von der Schweiz, Dänemark und Schweden. Damit gehören Singapur und Hongkong zu den offensten Staaten gegenüber internationalem Handel und Investitionen. Dies geht aus dem Global Enabling Trade Report 2009 hervor, der vom World Economic Forum im Juli 2009 veröffentlicht wurde.

<b>Global Enabling Trade Index 2009 (Top Ten)</b>		
<b>Wirtschaft</b>	<b>Rang 2009</b>	<b>Punktezahl</b>
Singapur	1	5.97
Hongkong SVZ	2	5.57
Schweiz	3	5.44
Dänemark	4	5.44
Schweden	5	5.44
Kanada	6	5.35
Norwegen	7	5.33
Finnland	8	5.33
Österreich	9	5.29
Niederlande	10	5.27

Die Ergebnisse bestätigen die Offenheit von Singapur und Hongkong für internationalen Handel und Investitionen als Teil ihrer erfolgreichen wirtschaftlichen Entwicklungsstrategie. Beide Staaten haben eine hoch effiziente Grenzverwaltung und ein günstiges Geschäftsumfeld aufgebaut und verfügen über gut entwickelte Transport- und Telekommunikations-Infrastrukturen die eine kurze

**Sie haben Fragen oder suchen einen kompetenten Ansprechpartner?**

BRAICONN Deutschland  
COMPETENCE NETWORK

Stadttor 1, D-40219 Düsseldorf

Phone +49 (0)211 3003-470  
Fax +49 (0)211 3003-200  
Mail info@braiconn.de

[www.braiconn.de](http://www.braiconn.de)



Transportzeit zum Endbestimmungsort sicherstellen. Zu diesen Vorteilen kommt ein Geschäftsumfeld hinzu, das den Handel begünstigt.

Der Enabling Trade Index verwendet eine Kombination von Daten aus öffentlichen Quellen sowie die Ergebnisse des Executive Opinion Survey. Dabei handelt es sich um eine umfassende jährliche Studie, die das World Economic Forum gemeinsam mit seinem Netz von Partnerinstituten durchführt. Die Studie ist damit auch eine neutrale Quelle von Daten über vielfältige qualitative, institutionelle Themen und Faktoren des wirtschaftlichen Umfelds sowie von Indikatoren zum Welthandel. Der im Bericht enthaltene Enabling Trade Index misst die Institutionen, die politischen Maßnahmen und die Dienstleistungen, die den freien grenzüberschreitenden Warenverkehr bis zum Bestimmungsort erleichtern, und schlüsselt sie in vier allgemeine Themenbereiche auf: Marktzugang, Grenzverwaltung, Transport- und Kommunikationsinfrastruktur sowie Geschäftsumfeld.

**Unternehmen sollten sich verstärkt neuen Märkten gegenüber öffnen und damit eine zukunftssträchtige eigene Wachstumsstrategie fahren**

Asien könnte aus wirtschaftlicher Sicht vielfältiger und attraktiver nicht sein – die Eigendynamik dieses Kontinents ist erheblich. Der oberste Leitsatz für die Entwicklung lautete schon immer

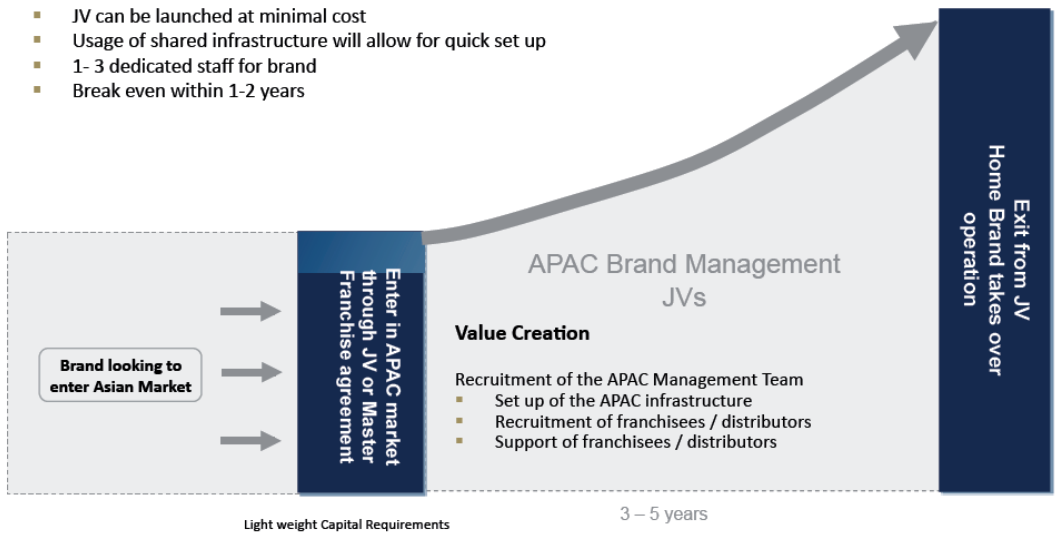
„Öffnung für Handel und Investitionen“ – ein florierender intra-regionaler Handel ist die Folge.

Unter dem Namen „ASEAN Economic Community“ (ASEAN Wirtschaftsgemeinschaft) sind eine Reihe von Abkommen und Initiativen zusammengefasst, um durch starke wirtschaftliche Integration und Reduktion der Handelsbarrieren zwischen den Mitgliedsstaaten eine prosperierende Wirtschaftsregion zu fördern. Damit ist ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) ganz klar auf Wachstumskurs und auf dem Weg zu einem großen und wachstumsstarken Binnenmarkt. Die asiatischen Staaten haben sich vorgenommen das Ziel eines eigenen Binnenmarktes bis 2015 zu erreichen.

**Europäische Unternehmen müssen international agiler werden, zumal eine geordnete Internationalisierung nicht mehr zwangsläufig kosten- und risikointensiv sein muss**

Der asiatische Markt spürt derzeit – wie alle anderen Länder auch – die Folgen der weltweiten Finanz- und damit auch Wirtschaftskrise. Unternehmen fahren wie im Reflex ihre Investitionen zurück und vergessen, dass es jetzt höchste Zeit wird, sich internationaler aufzustellen. Nur so können zukünftige Risiken gestreut und Marktchancen in Zukunftsmärkten mit hohen Wachstumsraten zum eigenen Vorteil genutzt werden. Der Weg dorthin ist nicht von heute auf morgen zu

- JV can be launched at minimal cost
- Usage of shared infrastructure will allow for quick set up
- 1- 3 dedicated staff for brand
- Break even within 1-2 years





#### **Unternehmenskurzprofil der BRAICONN Deutschland**

Die BRAICONN Deutschland ist das Top-Management- und Expertennetzwerk für Planung und Umsetzung in den Themenbereichen

- **Strategie**
- **Marketing & Vertrieb**
- **Prozesse & Organisation**
- **Information Management**

Darüber hinaus stellen wir unseren Kunden projekt- und aufgabenbezogen **Kompetenzen auf Zeit** (Projektmitarbeiter) zur Verfügung.

#### **Unsere Excellence in Branchen**

Unsere Beratungsleistungen sind branchenneutral. Eine besonders ausgeprägte Excellence und Insider-Wissen liegen aufgrund langjähriger Management- und Projekterfahrung insbesondere für die Branchen

- des **Information Management**,
- der **Mobilität (Automobil, Mineralöl)** und für
- die **Versicherung** vor.

#### **Competence Network**

Das Competence Network der BRAICONN Deutschland besteht aus hochgradig markt- und projekterfahrenen Managementberatern und Technologieanalysten. Ihre langjährige originäre Erfahrung im Top-Management führender internationaler Konzerne und großer Unternehmen macht sie zu gefragten, praxiserfahrenen Insidern ihrer Branche.

realisieren, sondern bedarf – bei einem guten Produkt, passenden Partnern und mit einem „richtigen“ absatzmarktkonformen Vertrieb in Asien – eine angemessene aktive geschäftliche Vorlaufzeit und ein regionales Business Development zum Aufbau von Partnervertriebsstrukturen.

Die Einführung eines Unternehmens in Asien kann oftmals zu verhältnismäßig geringen Kosten erfolgen. Dies wird dadurch erreicht, indem z.B. lokale Infrastrukturkosten in Singapur oft auf mehrere Firmen verteilt werden können. So ist es auch nicht ungewöhnlich, dass eine komplette Asien-Präsenz in der Anfangsphase inkl. eines professionellen Business Development zu Kosten von nur wenigen Managergehältern nachhaltig aufgebaut werden kann

#### **Drei Modelle zur Internationalisierung:**

**Modell 1:** Vereinbarung eines Joint Ventures mit der Einrichtung einer Zentrale in Singapur als Ausgangspunkt für sämtliche Geschäftsaktivitäten im asiatischen Raum.

**Modell 2:** Vereinbarung eines Business Development im asiatischen Raum. Dieses Modell wird häufig auch dazu genutzt, um ein Joint Venture in der ersten Phase anzustoßen oder um im Anschluss das Joint Venture vertrieblich zu begleiten und auf der Basis von Multiplikatoren auszubauen.

**Modell 3:** Vereinbarung einer kapitalfreien Internationalisierung in Asien auf der Grundlage eines zeitlich befristeten Lizenzmodells mit einer vertraglich zugesicherten Rückkaufoption. In diesem Modell übernehmen externe Investoren die Kosten und das Risiko eines Markteintritts und profitieren für einen zeitlich befristeten Zeitraum von den dort erzielten Gewinnen.

---

Die BRAICONN Deutschland verfügt über ein Kooperationsnetzwerk mit guten internationalen Verbindungen. In diesem Zusammenhang ist es uns möglich, interessierten Unternehmen attraktive Modelle zur Internationalisierung anzubieten.

Gerne stehen wir Ihnen zur Beantwortung Ihrer Fragen zur Verfügung.

---