Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Wertbasierter KMU-Internationalisierungs-Canvas

Strategische Internationalisierung für KMU (Kleine und Mittelgrosse Unternehmen)

Johan Lindeque & Marc K. Peter
internationale-kmu-strategie.ch

Kostenloser Download der PDF-Version: www.internationale-kmu-strategie.ch

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Wertbasierter KMU-Internationalisierungs-Canvas

Strategische Internationalisierung für KMU (Kleine und Mittelgrosse Unternehmen)

Version 1.0 (10.2021)

Prozess-Framework

1 Ihr Nutzenversprechen

Welches sind die Leistungen (das Wertversprechen) Ihres Unternehmens? Wie ermöglichen die Produkte/Dienstleistungen Ihres Unternehmens den Kunden in Ihrem lokalen Markt, seine Aufgaben zu erledigen, indem Sie ihnen klare Vorteile/Fähigkeiten bieten und deren Problemstellungen lösen?

2 Fähigkeiten im Inlandsmarkt

Welches sind Ihre wichtigsten Fähigkeiten/Stärken/Infrastrukturen, die es Ihnen ermöglichen, auf Ihrem Heimatmarkt erfolgreich zu sein?

3 Auslandsmarktpotenzial

Wo sehen Sie im Ausland die grössten Marktchancen für Ihr Leistungsangebot (und warum)?

4 Fähigkeiten auf dem Auslandsmarkt

Wie gut unterstützen Ihre inländischen Fähigkeiten die Erfolgschancen auf ausländischen Märkten? Welche Fähigkeiten zur Internationalisierung haben Sie bereits im Unternehmen?

5 Leistungen/Nutzenversprechen und internationales Potenzial

Wie gut passt Ihr Nutzenversprechen zu den potenziellen Auslandsmärkten? Welche Zielmärkte/Segmente wollen Sie gewinnen?

6 Schliessung der Angebotslücken

Was muss geändert werden, damit Ihre Leistungen besser zu potenziellen/attraktiven ausländischen Märkten passen?

7 Es selbst in die Hand nehmen

Welchen Hindernissen stehen Sie gegenüber (und wie können Sie diese überwinden), um Ihre Produkte/Dienstleistungen im Ausland so erfolgreich zu verkaufen, wie Sie diese heute im Heimmarkt verkaufen?

8 Nutzung des Ökosystems

Welche Partner und (externen) Ressourcen benötigen Sie/können Sie aufbauen/einsetzen, um auf den ausländischen Märkten erfolgreich zu sein?

9 Ihre internationale Roadmap

Welche Projekte, Aufgaben, Verantwortliche und Budgets sind für die Umsetzung Ihrer Roadmap für eine erfolgreiche internationale Strategie erforderlich?

Themen

Einschätzung des Potenzials des Auslandsmarktes

Systematische Bewertung der Attraktivität der internationalen Märkte

Innovative Leistungen/Angebote

Innovationsprozesse zur Entwicklung von (neuen) Leistungen/Wertangeboten für internationale Märkte

Internationale Wertschöpfungsstrategie

Anpassung, Arbitrage und/oder Aggregation von Produkten und Dienstleistungen

Der Betrieb im Ausland

Markteintritte in ausländische Märkte und Betriebsformen

Strategien zur Eigentümerschaft und Kontrolle

Internationale Unternehmensführung («subsidiary governance»)

Rechtliches

Verträge, geistiges Eigentum, Eigentumsstrukturen usw.

© Johan Lindeque & Marc K. Peter
FHNW Hochschule für Wirtschaft
www.fhnw.ch/wirtschaft

Kostenloser Download der PDF-Version: www.internationale-kmu-strategie.ch

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Wertbasierter KMU-Internationalisierungs-Canvas

Strategische Internationalisierung für KMU (Kleine und Mittelgrosse Unternehmen)

Version 1.0 (10.2021)

Prozess-Framework

1 **Ihr Nutzen-versprechen**

2 **Fähigkeiten im Inlandsmarkt**

3 **Auslandsmarktpotenzial**

4 **Fähigkeiten auf dem Auslandsmarkt**

5 **Leistungen/Nutzen-versprechen und internationales Potenzial**

6 **Schliessung der Angebotslücken**

7 **Es selbst in die Hand nehmen**

8 **Nutzung des Ökosystems**

9 **Ihre internationale Roadmap**

Themen

- **Einschätzung des Potenzials des Auslandsmarktes**
- **Innovative Leistungen/ Angebote**
- **Internationale Wert-schöpfungsstrategie**
- **Der Betrieb im Ausland**
- **Strategien zur Eigentümerschaft und Kontrolle**
- **Rechtliches**

© Johan Lindeque & Marc K. Peter
FHNW Hochschule für Wirtschaft
www.fhnw.ch/wirtschaft

Kostenloser Download der PDF-Version: www.internationale-kmu-strategie.ch

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Wertbasierter KMU-Internationalisierungs-Canvas

Strategische Internationalisierung für KMU (Kleine und Mittelgrosse Unternehmen)

internationale-kmu-strategie.ch

Um Ihr Unternehmen bei der Identifizierung internationaler oder globaler Chancen zu unterstützen, hat das Team der FHNW einen Workshop-Canvas entwickelt, das KMU durch einen Strategie-Workshop-Prozess führt und sicherstellt, dass eine solide, fähigkeits- und wertbasierte Internationalisierungsstrategie erarbeitet wird, die das Unternehmen erfolgreicher macht.

Mit den Internationalisierungsinstrumenten und dem Know-how der FHNW unterstützen wir Ihr KMU wie folgt:

1. Bewertung des ausländischen Marktpotenzials
2. Unterstützung bei der Entwicklung innovativer Leistungen/Wertangebote für ausländische Märkte
3. Entwicklung einer internationalen Wertschöpfungsstrategie
4. Unterstützung mit Wissen und Kontakten, um im Ausland tätig zu werden
5. Bereitstellung eines Governance-Modelles und einer Kontrollstrategie für Ihre Tochtergesellschaft («Subsidiary Governance»)
6. Unterstützung bei rechtlichen Herausforderungen von Verträgen, geistigem Eigentum und Eigentumsstrukturen

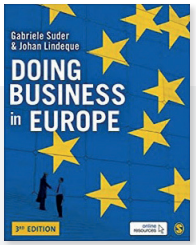
Bitte kontaktieren Sie unser Team für Forschungs- und Beratungsdienstleistungen (inklusive Innosuisse-Projekte) und einen Strategie-Workshop mit unseren Expertinnen und Experten, um internationale Opportunitäten zu identifizieren und Ihre internationale Geschäftsstrategie zu entwickeln.

Dr. Johan Lindeque ist Dozent an der FHNW Hochschule für Wirtschaft und anerkannter Experte für die Internationalisierung von KMU.

Email johan.lindeque@fhnw.ch

Prof. Dr. Marc K. Peter ist Leiter des Kompetenzzentrums Digitale Transformation an der FHNW Hochschule für Wirtschaft und ein führender Experte für die Strategieentwicklung im digitalen Zeitalter.

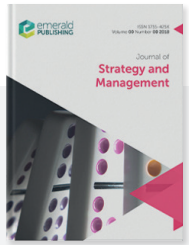
Email marc.peter@fhnw.ch



G. Suder & J. P. Lindeque (2018): Doing Business in Europe (3rd ed.). London: SAGE Publications.

G. Suder, M. Riviere & J. P. Lindeque (Eds.) (2018): The Routledge Companion to European Business. Abingdon: Routledge.

W. F. Merkestein & J. P. Lindeque (2019): Demerged Multinational Enterprises: A Study of Post-Demerger International Strategies. European Journal of International Management (14:1), 2019, pp. 55–91.



M. K. Peter, C. Kraft & J. P. Lindeque (2020): Strategic Action Fields of Digital Transformation: An Exploration of the Strategic Action Fields of Swiss SMEs and Large Enterprises. Journal of Strategy and Management (13:1), pp. 160–180.

FHNW Fachhochschule Nordwestschweiz

Hochschule für Wirtschaft
Institute for Competitiveness and Communication
Riggenbachstrasse 16
4600 Olten
Schweiz

www.fhnw.ch/wirtschaft
www.internationale-kmu-strategie.ch