

Markteintritt in Russland wagen?

Analyse der interkulturellen Unterschiede auf den Geschäftserfolg deutscher Unternehmen in Russland

von
Bianca May

1. Auflage

[Markteintritt in Russland wagen? – May](#)

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](#) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

[Kulturelle Kommunikation & Interaktion](#)

Diplomica Verlag 2014

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de

ISBN 978 3 95485 016 7

Leseprobe

Textprobe:

2.2, Begriffsabgrenzungen:

2.2.1, Markteintrittsstrategien:

In der Literatur wird der Begriff Markteintrittsstrategie vielfach nicht einheitlich verwendet. Die nachfolgenden Ausführungen orientieren sich an der anglo-amerikanischen Definition, welche sich vollends auf die Eintrittsform konzentriert. Vorherrschend kann die Markteintrittsstrategie als eine 'Festlegung verschiedener Formen der Geschäftsaufnahme- und Ausweitung, durch die das Unternehmen seine Produkte und Dienstleistungen' auf einem neuen Markt erstmalig anbietet, definiert werden. Nachfolgend werden Markterschließungs-, Markteinstiegs- und Marktzugangsstrategie sowie Markteintrittsmodus synonym zu dem oben benannten Begriff verwendet.

Zusätzlich muss die Markteintrittsstrategie von der Internationalisierungsstrategie dahingehend abgegrenzt werden, als dass sich die Zweitbenannte auf 'langfristige, bedingte Verhaltenspläne zur Erreichung unternehmerischer Zielsetzungen auf Auslandsmärkten' bezieht.

Im Allgemeinen erfolgt bei einer Markterschließung zunächst eine Analyse der Rahmenbedingungen (Chancen-Risiko-Profil) sowie eine Ziel- und Motivformulierung. Bei der Entscheidung über eine Markteintrittsstrategie wird zum einen nach Exporttätigkeit und zum anderen nach dem Aufbau einer dauerhaften Präsenz im gewünschten Eintrittsland differenziert. Letzteres geschieht entweder in Form von Direktinvestitionen (Tochtergesellschaften) oder im Rahmen internationaler vertraglich festgelegter Kooperationsformen (Joint Venture, Lizenzvereinbarungen, Franchising-konzepte). Zur besseren Systematisierung dieser Markteintrittsformen sind folgende Eigenschaften zu nennen: Intensität der Managementleistung, Kontrollmöglichkeiten und Kooperationsfähigkeit des Stammhauses, Höhe des Kapitaleinsatzes im Inland sowie auf dem Eintrittsmarkt.

Da sich das Kapitel 4.2 zum Teil auf die Direktinvestitionen bezieht, soll dieser Begriff an dieser Stelle näher benannt werden: 'Mit Direktinvestitionen verfolgt ein Investor das Ziel, durch eine Beteiligung maßgeblichen Einfluss auf die Geschäfts-politik [sowie die Geschäftsaktivitäten] einer ausländischen Unternehmung zu gewinnen und auszuüben oder durch Gründung und Ausbau einer eigenen Unternehmung im Ausland selbst unternehmerisch tätig zu werden.'

Gemäß der Zielsetzung der vorliegenden Studie werden ausschließlich die langfristigen Eintrittsformen in Betracht gezogen, welche die Grundlage für einen nachhaltigen Geschäftsaufbau deutscher Unternehmen in Russland bieten. Zudem erfolgt die Analyse geeigneter Marktzugangsformen im Kapitel 4.2 unabhängig von einer möglichen Konkurrenzstrategie respektive Konkurrenzentwicklung. Daraus resultierend erhebt diese Untersuchung keinen Anspruch Timingstrategien zu ergründen.

2.2.2, Interkulturelle Kompetenz:

Grundsätzlich wird der Kompetenzbegriff untergliedert in die Fach-, Methoden- sowie

Sozialkompetenz. Wobei sich Erstere auf die Fähigkeit zur Erfüllung berufstypischer Sachaufgaben unter der Beachtung theoretischer Kenntnisse bezieht. Bei der Methodenkompetenz wird die Begabung zum Einsatz diverser Verfahren und Techniken beschrieben, um Problemfelder zu beheben oder diese bestmöglichst zu bewältigen. Zunehmend wird auch in der Betriebswirtschaft die Sozialkompetenz als eine bedeutende Erweiterung des Kompetenzbegriffs angesehen. Die als Soft Skills umschriebenen Eigenschaften einer Person umfassen deren komplexe Fähigkeit zur freien Persönlichkeitsentfaltung kombiniert mit einem ausgeprägten Gemeinschaftssinn und kollegialem Teamverhalten. Dabei werden die individuellen Ziele mit den Wertvorstellungen und Einstellungen einer Gruppe verknüpft.

Aufgrund des Globalisierungstrends ist eine weitere Präzisierung des Sozialkompetenzbegriffes unter Beachtung der interkulturellen Aspekte notwendig. Die zunehmende Kooperation von Individuen mit unterschiedlichen nationalen und ethnischen Hintergründen führt zur stärkeren Fokussierung auf die interkulturelle Kompetenz jedes Einzelnen. Sie umfasst neben dem Verständnis der Existenz fremder Kulturen, auch die Akzeptanz differentem Handelns und Denkens sowie die Bereitschaft adäquat in fremden kulturellen Kontexten zu agieren. Das Bewusstsein über die Existenz einer Pluralität an Kulturen sowie den Einfluss von Interkulturalität auf das Wahrnehmen und Entscheiden aller Beteiligten rückt vor allem im Geschäftsleben stärker in den Mittelpunkt. Gemäß Dülfer sind nachfolgende Bedingungen zu erfüllen, um erfolgreich in fremden Kulturen handeln zu können: