

## Der passende Markt

Hilfreich ist eine stufenweise Marktwahl (s. Arbeitsblatt unten), wobei für die erste Grobauswahl zunächst ein möglichst breiter Länderkreis betrachtet wird, da prinzipiell alle Länder potentiell neue Märkte sein können. Unter Anwendung erster Selektionskriterien werden zunächst die Länder aussortiert, die z.B. wegen des Klimas oder der mangelnden politischen Stabilität nicht in Frage kommen. In einer zweiten Selektionsrunde werden jene Länder ausgesondert, die für die aktuelle Situation des Unternehmens nicht in Frage kommen, z.B. aufgrund der räumlichen Entfernung, Sprache, etc... Aus den verbliebenen potentiellen Märkten kann nun eine Handvoll definiert werden, die man näher betrachtet (Marktstudie), um die interessantesten Märkte zu finden.

Ziel: Konzentration auf zunächst max. 2-3 Märkte, da eine gleichzeitige Bearbeitung vieler Märkte v.a. bei Kleinunternehmen zuviel Ressourcen bindet und die Gefahr beinhaltet, keinen der Märkte mit der nötigen Konsequenz angehen zu können.

### Auswahl neuer Märkte

Ausgangslage	Länder(gruppen)
Alle potentiellen Märkte	
Stufe 1	
Welche Länder kommen für den Export von vornherein nicht in Frage, z.B. aus klimatischen Gründen oder wegen politischer Risiken?	
Stufe 2	
Welche Länder kommen aufgrund unternehmensspezifischer Kriterien nicht in Frage, z.B. Sprache, räumliche Entfernung, Kaufkraft	
Stufe 3	
Für welche 2-3 Länder sollte eine Marktuntersuchung durchgeführt werden?	