



Institute for
International
Business



Unternehmensstrategien – global, regional, lokal?

Prof. Jonas Puck, WU Wien

Wien, 21. Juni 2018

Unternehmensstrategien – global, regional, lokal?

Regionale Strategien in der Praxis von hoher Bedeutung

Von lokaler ...



Im **klassischen Verständnis** starten Unternehmen zunächst in ihrem **Heimatmarkt** ...

... zu globaler Strategie?



... und bauen mit zunehmender **Erfahrung** und **Ressourcen** eine **globale Präsenz** auf

... zu regionaler Strategie!

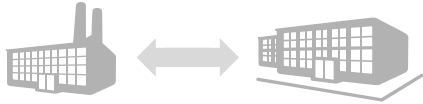


... **in der Praxis** verfolgen viele Unternehmen aber eher eine **regionale Strategie**

Studien zeigen, dass 80% der weltgrößten Unternehmen wiederum 80% ihrer Umsätze in der Heimatregion erwirtschaften¹

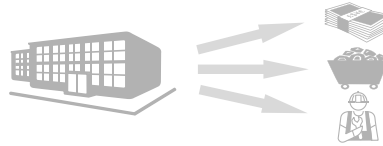
Regionale Strategie schafft Synergien, globale Präsenz Kosten

Koordinationskosten



- ✓ **Koordinations-
synergien
regionaler
Aktivitäten**
dank homogener Märkte
- ! **Hohe Koordinations-
kosten globaler Präsenz**
durch geographische und
institutionelle **Distanz**
von **Märkten**

Ressourcenzugang



- ✓ **Ressourcen (z.B.
Kapital) innerhalb einer
Region oft übertragbar**
- ! **Ressourcenzugang bei
globaler Präsenz je
Land wiederholt neu zu
erwerben**

Strategieadaption



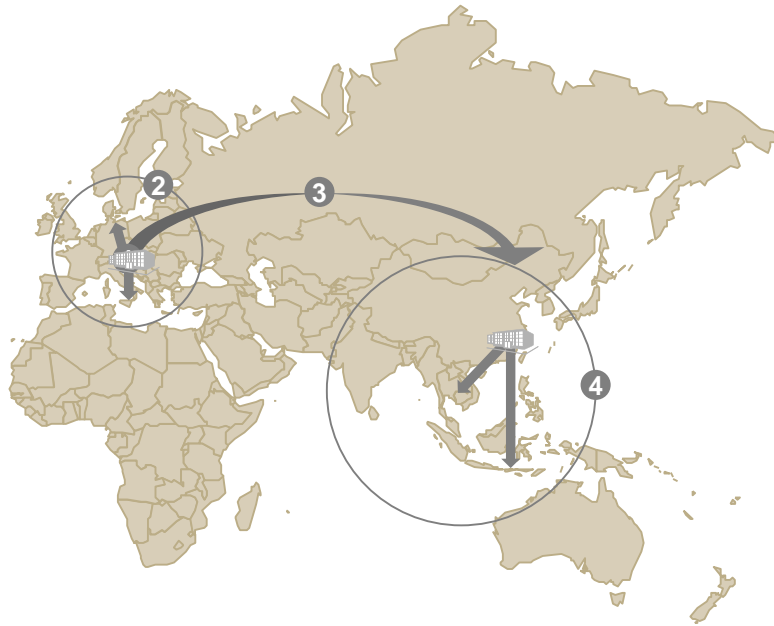
- ✓ **Innerhalb Region
oftmals homogene
Strategie** anwendbar
- ! **Häufige und
kostenintensive
Anpassungen** von
Strategien bei **globaler
Präsenz**

**Risiken und Kosten globaler Präsenz für KMUs aufgrund
oftmals geringerer Ressourcenbasis tendenziell noch höher**

Unternehmensstrategien – global, regional, lokal?

Empfehlung: Internationalisierung nach „regionaler Logik“

Illustratives Beispiel
„EMEA“ und „Asia-Pacific“



Implikationen für Internationalisierung

- 1 Zunächst **Internationalisierung innerhalb einer Region** in homogene Märkte
 - 2 **Aufbau einer Präsenz in der Heimatregion** vom Heimatland aus
 - 3 **Internationalisierung in weitere Regionen** zunächst über **Märkte mit hohem Synergiepotenzial** (z.B. große Märkte wie China oder “Plattformmärkte” wie Singapur)
 - 4 Ggfs. **Aufbau einer regionalen Unternehmenszentrale** zur weiteren Expansion in einer Region
- ➔ Aufbau weitreichender **internationaler Präsenz** schrittweise über “regionale Logik”