

Achtzehn forschungsbasierte Leitlinien für ein international tätiges, wachstumsorientiertes junges Hochtechnologieunternehmen

Ein wichtiges Ziel der deutsch-britischen Studie von 1997 war es, jungen Hochtechnologieunternehmen, die ihre Wachstums- und Internationalisierungschancen verbessern wollen, praktikable und praxisrelevante Hilfestellungen zu geben. Daher wurden die Kernaussagen der Studie zu einer Reihe von Empfehlungen zusammengefasst, die sich an die Gründer und das Management der Unternehmen richten. In allen Fällen konnte ein signifikanter Zusammenhang zwischen den vorgeschlagenen Maßnahmen und einer erfolgreichen internationalen Tätigkeit der untersuchten jungen Hochtechnologieunternehmen beobachtet werden.

1. **Rekrutieren Sie das bestmögliche Team aus Gründern und Managern**, die über internationale Erfahrung verfügen, welche sie vorzugsweise sowohl in großen als auch in kleinen Unternehmen gewonnen haben.
2. **Gründen Sie Ihr Unternehmen so groß wie möglich**. Das gilt sowohl für die Größe des Gründerteams als auch für die finanziellen und technologischen Ressourcen sowie für das im Unternehmen verfügbare Know-how.
3. **Nutzen Sie hoch innovative Technologien** bei der Herstellung Ihrer Produkte und Dienstleistungen, aber nicht auf Kosten deren Verlässlichkeit und Benutzerfreundlichkeit.
4. **Ziehen Sie Produkte für industrielle Abnehmer denen für Endverbraucher vor**.
5. **Bauen Sie einen Kreis zahlungskräftiger Kunden auf**, aber werden Sie nicht zu sehr abhängig von den Sonderwünschen weniger Großkunden.
6. **Richten Sie Ihr Unternehmen vom ersten Tag an auf internationale Geschäftsaktivitäten aus**. Das Ziel der Internationalisierung sollte alle Ihre Planungsebenen durchziehen.
7. **Erstellen Sie einen anpassungsfähigen Businessplan**, sodass Sie auf steigende Umsätze und/oder eine wachsende Anzahl der Märkte, auf denen Sie tätig sind, flexibel reagieren können.
8. **Seien Sie vorbereitet, schnell in weitere internationale Märkte einzutreten**, kurz nachdem Sie Ihre ersten internationalen Geschäfte getätigt haben.
9. **Rechnen Sie mit hohen zusätzlichen Kosten** bei Planung und Durchführung Ihrer internationalen Geschäfts- und Marketingaktivitäten.
10. **Bewerten Sie einen Markt eher auf der Grundlage der aggregierten internationalen Nachfrage** als auf Basis der heimischen Marktgröße und des heimischen Marktwachstums.
11. **Entwickeln Sie kontinuierliche und zielgerichtete Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten**.
12. **Vermeiden Sie Nischenprodukte**, wenn schnelles Unternehmenswachstum das angestrebte Ziel ist. Stellen Sie breite Anwendungsmöglichkeiten Ihrer Produkte, Dienstleistungen und Technologien sicher.
13. **Reduzieren Sie die Anpassungs- und Transaktionskosten Ihres Produkts**, welche durch neue Kunden und Händler entstehen, insbesondere den Installations- und Wartungsaufwand.
14. **Wägen Sie gründlich das Für und Wider von Direktexport und ausländischen Händlern ab**. Berücksichtigen Sie dabei die Effekte der Branchenzugehörigkeit, des Ziellandes und des technologischen Innovationsgrades Ihres Produkts auf die Wahl der Vertriebsform im Auslandsgeschäft.
15. **Gestalten Sie die Kontakte zu Ihren ausländischen Vertriebspartnern effektiv**. Berücksichtigen Sie, dass Sie zur Pflege der Verbindungen in Ihrem Vertriebsnetzwerk dauerhaft Zeit und Ressourcen investieren müssen.
16. **Erhöhen Sie schnell ihren Bekanntheitsgrad**. Große Unternehmen und Endverbraucher sind gegenüber unbekanntem Unternehmen misstrauisch.
17. **Seien Sie auf den schnellen Markteintritt anderer Wettbewerber vorbereitet**.
18. **Wägen Sie die Vor- und Nachteile externer Finanzierungsquellen ab** (Venture Capital, Business Angels), wenn Sie eine Wachstumsstrategie verfolgen.