

Präsenzübungen

Modul Marketing

Grundlagen: Internationales Marketing



E1Ü3

a) Ordnungsübung Internationales Marketing

Bringen Sie die Sätze in die richtige Reihenfolge.

falsch	richtig
Dies heißt, sie stehen vor der Herausforderung, internationales Marketing zu betreiben.	
Sie sind auch mit einer zunehmenden Konkurrenz auf dem Heimatmarkt konfrontiert.	
Das bedeutet, sie müssen bei ihren Analyse-, Planungs- und Kontrollmaßnahmen komplexer, weil länderübergreifend denken und handeln.	
Die Globalisierung der Wirtschaft zwingt die Unternehmen nicht nur dazu, über die Ausweitung ihrer Geschäfte im Ausland nachzudenken.	

b) Ordnungsübung Analyse

Bringen Sie auch die folgenden Sätze in die richtige Reihenfolge.

falsch	richtig
Erst wenn die Erkenntnisse der Auslandsmarktforschung gründlich studiert worden sind, können die spezifischen Ziele bzw. Zielsysteme definiert werden.	
Von ihnen sind sodann die internationalen Basisstrategien abzuleiten, also Marktwahl-, Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien.	
Doch die Solidität dieser Analyse hängt von einer profunden Kenntnis des Ziellandes und der ausländischen Konkurrenz ab.	
Besonders wichtig ist in diesem Zusammenhang die Kosten-Nutzen-Analyse, d.h. der Vergleich der Gewinnerwartungen mit den Kosten und Risiken.	

c) Mittel der Textverknüpfung

Unterstreichen Sie im folgenden Text diejenigen sprachlichen Mittel, mit denen die Sätze bzw. Teilsätze inhaltlich miteinander verknüpft werden.

Internationales Marketing

Die Globalisierung der Wirtschaft zwingt die Unternehmen nicht nur dazu, über die Ausweitung ihrer Geschäfte im Ausland nachzudenken. Sie sind auch mit einer zunehmenden Konkurrenz auf dem Heimatmarkt konfrontiert. Dies heißt, sie stehen vor der Herausforderung, internationales Marketing zu betreiben. Das bedeutet, sie müssen bei ihren Analyse-, Planungs- und Kontrollmaßnahmen komplexer, weil länderübergreifend, denken und handeln.

Besonders wichtig ist in diesem Zusammenhang die Kosten-Nutzen-Analyse, d.h. der Vergleich der Gewinnerwartungen mit den Kosten und Risiken. Doch die Solidität dieser Analyse hängt von einer profunden Kenntnis des Ziellandes und der ausländischen Konkurrenz ab. Erst wenn die Erkenntnisse

der Auslandsmarktforschung gründlich studiert worden sind, können die spezifischen Ziele bzw. Zielsysteme definiert werden. Von ihnen sind sodann die internationalen Basisstrategien abzuleiten, also Marktwahl-, Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien.

d) Texterstellung aus Stichwörtern

Formulieren Sie die folgenden Stichworte aus. Verwenden Sie dabei die passenden (variablen) Verknüpfungsmittel.

Im Grunde genommen gibt es drei wesentliche Motive für die Internationalisierung der Geschäftstätigkeit eines Unternehmens:

1. Gewinnorientierung = Verwirklichung von Kostenvorteilen durch eine Auslagerung der Produktion in kostengünstigere Länder
2. Existenzsicherung/Risikostreuung = Abbau von Wettbewerbsnachteilen durch das Auftreten von ausländischer Konkurrenz im eigenen Land bzw. Ausweitung der Tätigkeit inländischer Konkurrenz ins Ausland; Risikostreuung durch Geschäftstätigkeit auf Märkten mit anderen Konjunkturzyklen
3. Wachstum = hierbei Nutzung der eventuell größeren Dynamik ausländischer Märkte

e) Ordnungsübung Außenwirtschaft

Bringen Sie die Textabschnitte in die richtige Reihenfolge.

Wachsende Bedeutung der Außenwirtschaftspolitik

falsch	richtig
<p>Immer wichtiger wird auch die Konkurrenzfähigkeit des Standorts Deutschland im internationalen Wettbewerb. Attraktivität für ausländische Investoren ist entscheidend, denn durch deren Engagement werden Arbeitsplätze geschaffen oder erhalten und Technologien weiterentwickelt. Die Globalisierung der Wirtschaft vertieft die Abhängigkeiten Deutschlands vom Weltmarkt noch weiter.</p>	
<p>Deshalb ist es Aufgabe der deutschen Außenpolitik, sowohl die deutschen wirtschaftlichen Interessen in der Welt zu fördern und zu schützen als auch zur weiteren</p>	

<p>Entwicklung einer gerechten und nachhaltigen globalen Wirtschaftskooperation beizutragen.</p>	
<p>Deutschland ist stärker als viele andere Länder mit der Weltwirtschaft verflochten und von ihrer Entwicklung abhängig. Mehr als jeder vierte Euro wird im Export von Waren und Dienstleistungen verdient – mehr als jeder fünfte Arbeitsplatz hängt vom Außenhandel ab. Der Export von Gütern und Dienstleistungen ist deshalb eine Hauptantriebskraft der deutschen Konjunktur.</p>	
<p>Gleichzeitig verknüpft die Globalisierung die Lebensverhältnisse der Menschen in der ganzen Welt immer enger miteinander. Die gemeinsame Verantwortung aller Staaten für eine stabile wirtschaftliche Entwicklung zum Wohle aller wird immer offensichtlicher. Und angesichts politischer Konflikte gilt heute mehr denn je: Handel und gegenseitige wirtschaftliche Verflechtung schaffen Vertrauen und stabilisieren die internationalen Beziehungen.</p>	

f) Satzverknüpfungsmittel

Verknüpfen Sie die Sätze unter den Anstrichen mit passenden Verknüpfungsmitteln.

Motive für die Internationalisierung der Geschäftstätigkeit

- Gewinnorientierung ist ein wesentliches Motiv für die Internationalisierung der Geschäftstätigkeit. Zur Gewinnorientierung zählt die Realisierung von Kostenvorteilen durch Auslagerung der Produktion in kostengünstigere Länder.

- Die internationale Geschäftstätigkeit kann zur Absicherung der Unternehmensexistenz dienen. Durch die internationale Geschäftstätigkeit können Wettbewerbsnachteile abgebaut werden. Der Gesamt-Unternehmensabsatz kann durch die Belieferung mehrerer Märkte stabilisiert werden. Durch die Internationalisierung der Geschäftstätigkeit wird das Risiko gestreut und damit verringert.

- An dritter Stelle stehen wachstumsorientierte Motive. Eine Voraussetzung ist die Dynamik auf den betreffenden Märkten.

Verwenden Sie dabei sprachliche Mittel (Pronominaladverbien, Adverbien, Konjunktionen)

wie: so, wenn, sofern, hierbei, hierzu, ferner, dabei, gleichzeitig, sowie, schließlich usw.

g) Bildung zusammengesetzter Substantive

Bilden Sie aus den einzelnen Wörtern zusammengesetzte Substantive mit Artikel

(u.U. verwürfelte) einfache Wörter	zusammengesetzte Wörter
Wahl/Markt/Strategie	die Marktwahlstrategie
Segmentierung/Markt	
Wahl/aus	
Gruppe/Abnehmer	
Segmentierung/fein	
grob/Segmentierung	
Voraussetzung/Kauf	
Chance/Erfolg	
Portfolio/Länder	
Eintritt/Markt/Strategie	
exklusiv/Vertreter	
Verkäufer/wieder	
Kunde/Dienst	
Zeichen/Ware	
Erstellung/Leistung	
Investition/direkt	

h) Verben aus Substantiven zum Marketing

Bilden Sie aus den Substantiven Verben.

Substantiv	Verb
Wahl	wählen
Segmentierung	
Abnehmer	
Voraussetzung	
Eintritt	
Vertreter	
Verkäufer	
Erstellung	
Leistung	
Investition	

i) Zeichensetzung

Setzen Sie die fehlenden Satzzeichen und schreiben Sie das erste Wort eines Satzes groß.

Politik für die Außenwirtschaft

Export und Außenhandel sind wichtige Tragpfeiler der deutschen Wirtschaft das Bundesministerium unterstützt deutsche Unternehmen dabei ausländische Märkte erfolgreich zu erschließen gleichzeitig wirbt es internationale Investoren an

die Außenwirtschaftsförderung der Bundesregierung fügt sich ein in den Rahmen der durch die marktwirtschaftliche Ordnung und das System der Weltwirtschaft vorgegeben ist die Bundesregierung unterstützt die Aktivitäten deutscher Unternehmen zur Erschließung und Sicherung ausländischer Märkte indem sie die Rahmenbedingungen für deutsche Unternehmen verbessert und insbesondere auf die Beachtung multilateraler Regeln sowie den weiteren Abbau noch bestehender Marktzugangsschranken hinwirkt

das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie das innerhalb der Bundesregierung für die Außenwirtschaftsförderung federführend zuständig ist gestaltet das Instrumentarium konzeptionell und entwickelt die einzelnen Instrumente in enger Abstimmung mit der deutschen Wirtschaft fort bzw. passt sie den sich wandelnden Erfordernissen an

das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie arbeitet eng mit den Regionalinitiativen der deutschen Wirtschaft nämlich dem Asien-Pazifik-Ausschuss der deutschen Wirtschaft der Lateinamerikainitiative der Nah- und Mittelost-Initiative der Initiative Südliches Afrika und dem Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft zusammen

das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie koordiniert die verschiedenen Akteure der Außenwirtschaftsförderung des Bundes und der Länder