

## **China Projekt - Unternehmensberatung**

### **Auftraggeber:**

Ein mittelständischer Automobilzulieferer.

### **Vertriebsform:**

Markenorientierter Automobilzulieferer.

### **Ausgangssituation:**

- Automobilhersteller möchte nach China expandieren und erwartet von Zulieferer Service vor Ort in China.
- Der Automobilzulieferer hatte vorher nie in Asien Geschäfte gemacht und suchte nach einer passenden Markteintrittsstrategie

### **Auftrag:**

Es soll eine passende Strategie zum Markteintritt gefunden werden und ein passender Ort für eine geplante Firmengründung gefunden werden. Das Projekt soll die Firma nicht übermäßig finanziell belasten.

### **Projektverlauf:**

Phase 1:

- Projektentwicklung und –planung
- Bildung eines Beraterteams und Zuweisung eines Projektleiters
- Vorbesprechung und Diskussion beim Kunden
- Analyse der Ausgangssituation

Phase 2:

- Durchführung einer Marktanalyse in China
- Auswertung der Marktanalyse
- Besprechung der Marktanalyse mit dem Kunden
- Anpassung an die Pläne des Kunden

Phase 3:

- Durchführung einer Standortanalyse
- Auswertung der Standortanalyse
- Besprechung der Standortanalyse mit dem Kunden
- Anpassung an die Pläne des Kunden

Phase 4:

- Analyse der bisherigen Pläne zur Strategie in China
- Vergleich der Ergebnisse mit der Markt- und Standortanalyse
- Entwicklung einer neuen Strategie

**Phase 5:**

- Präsentation der Strategie beim Kunden
- Einarbeitung individueller Praxiswünsche des Kunden

**Phase 6:**

- Implementierung der Strategie in China nach Firmengründung  
(Näheres zu Firmengründungen siehe entsprechenden Menüpunkt)

**Ergebnis:**

**Allgemein:**

Der Kunde war in der Lage anhand seiner individuellen Situation eine auf ihn passende Markteintrittsstrategie zu erhalten, einen passenden Unternehmensstandort zu finden der seinen Investitionsbudget, Lieferantenverbindungen und Infrastruktur sowie Steuerbedarf entsprach und dort über China Expert Consulting eine Firma gründen zu lassen, in welche dann die Strategie implementiert wurde.

**Markteintritt:**

Die Kosten des Markteintritts reduzierten sich durch die o. g. Maßnahmen um 19%.

**Standortanalyse:**

Durch die Auswahl des korrekten Standorts konnte der Automobilzulieferer seinen erwarteten Gewinn unter gleichzeitiger Verbesserung der Infrastrukturanbindung deutlich steigern.

**Strategie:**

Die befürchteten Probleme in der Anpassung an den chinesischen Markt blieben aus, stattdessen war die Firma in der Lage nach Implementierung der Strategie nach wenigen Monaten das 1. Geschäftsjahr mit einem guten Ergebnis abzuschließen.