

16. Zulieferforum der Arbeitsgemeinschaft Zulieferindustrie 24.01.2012



Globalisierungsstrategie eines mittelständischen Zulieferers

1. Einführung

- 2. Überblick über die Hirschvogel Automotive Group
- 3. Strategische Ausrichtung
- 4. Schritte der Internationalisierung
- 5. Problemstellungen / Erfahrungen bei der Internationalisierung
- 6. Ausblick

18.01.2012 / JB-Sc

7. Zusammenfassung



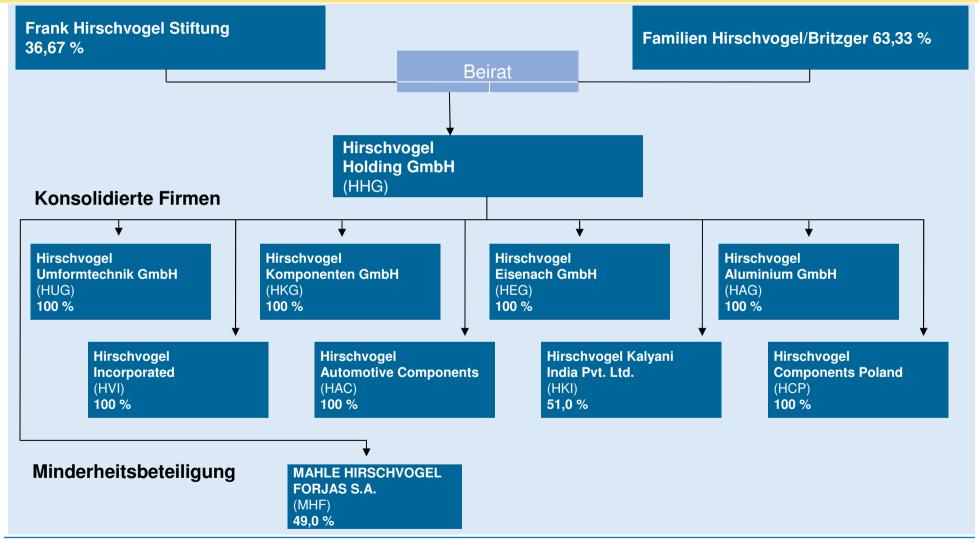
Globalisierungsstrategie eines mittelständischen Zulieferers

- 1. Einführung
- 2. Überblick über die Hirschvogel Automotive Group
- 3. Strategische Ausrichtung
- 4. Schritte der Internationalisierung
- 5. Problemstellungen / Erfahrungen bei der Internationalisierung
- 6. Ausblick
- 7. Zusammenfassung



18.01.2012 / JB-Sc

Hirschvogel Automotive Group



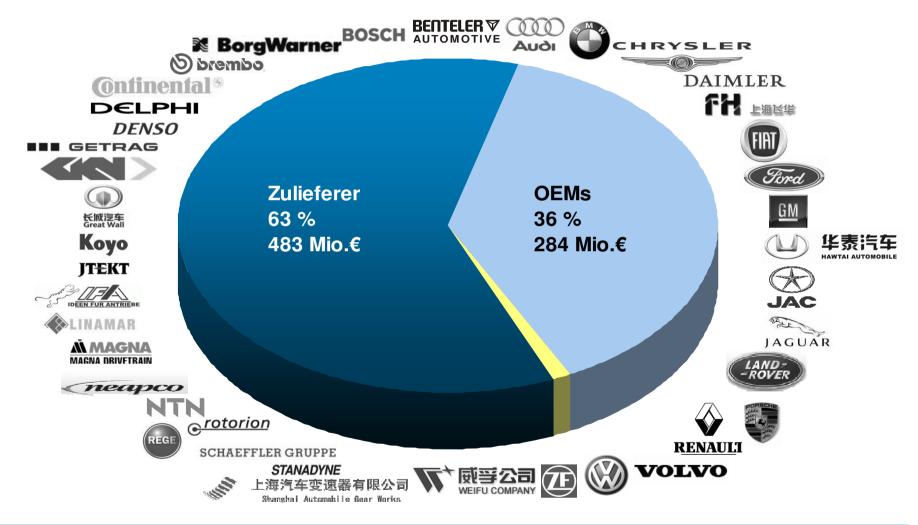


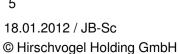
© Hirschvogel Holding GmbH

16. Zulieferforum der Arbeitsgemeinschaft Zulieferindustrie 24.01.2012



Verteilung Außenumsatz 2011

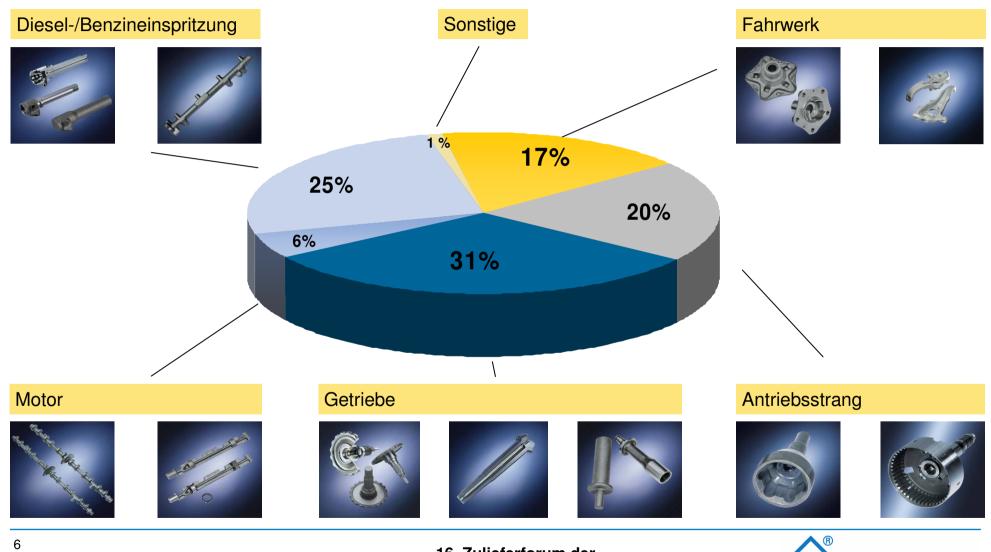








Verteilung Produktgruppen 2011



18.01.2012 / JB-Sc © Hirschvogel Holding GmbH

16. Zulieferforum der Arbeitsgemeinschaft Zulieferindustrie 24.01.2012



Globalisierungsstrategie eines mittelständischen Zulieferers

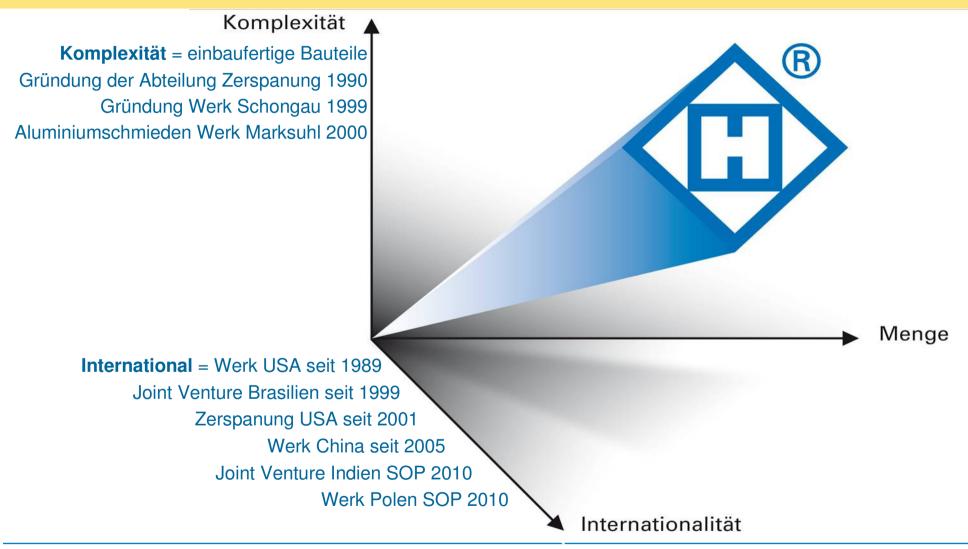
- 1. Einführung
- 2. Überblick über die Hirschvogel Automotive Group

3. Strategische Ausrichtung

- 4. Schritte der Internationalisierung
- 5. Problemstellungen / Erfahrungen bei der Internationalisierung
- 6. Ausblick
- 7. Zusammenfassung



Unternehmensstrategie





Globalisierungsstrategie eines mittelständischen Zulieferers

- 1. Einführung
- 2. Überblick über die Hirschvogel Automotive Group
- 3. Strategische Ausrichtung

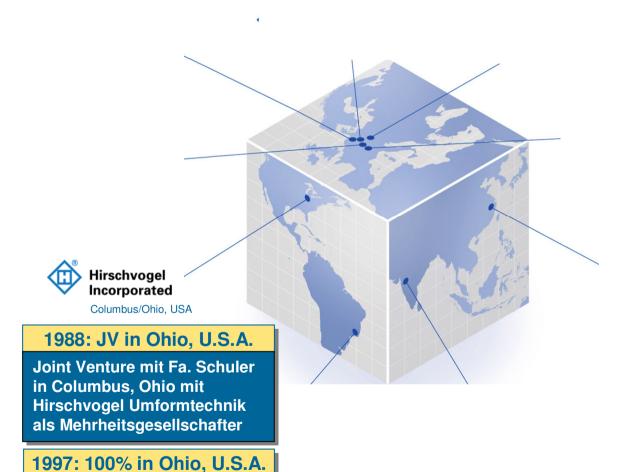
4. Schritte der Internationalisierung

- 5. Problemstellungen / Erfahrungen bei der Internationalisierung
- 6. Ausblick
- 7. Zusammenfassung









11

18.01.2012 / JB-

16. Zulieferforum der Arbeitsgemeinschaft Zulieferindustrie 24.01.2012

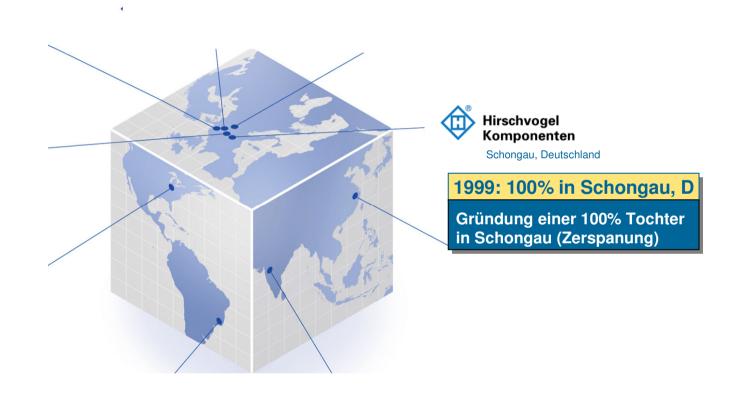


Übernahme aller Anteile des

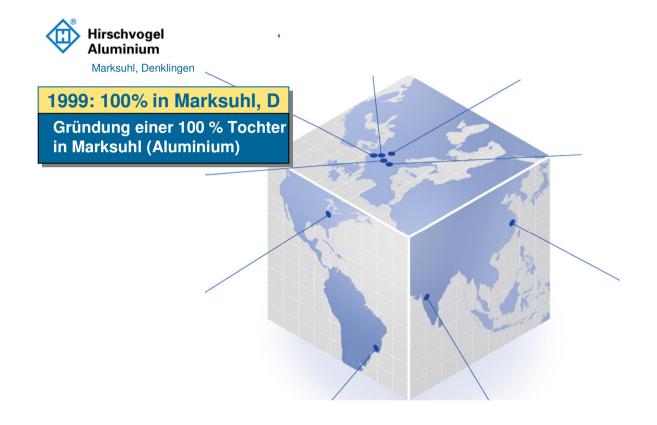
Joint Ventures in Columbus















Queimados, Brasilien

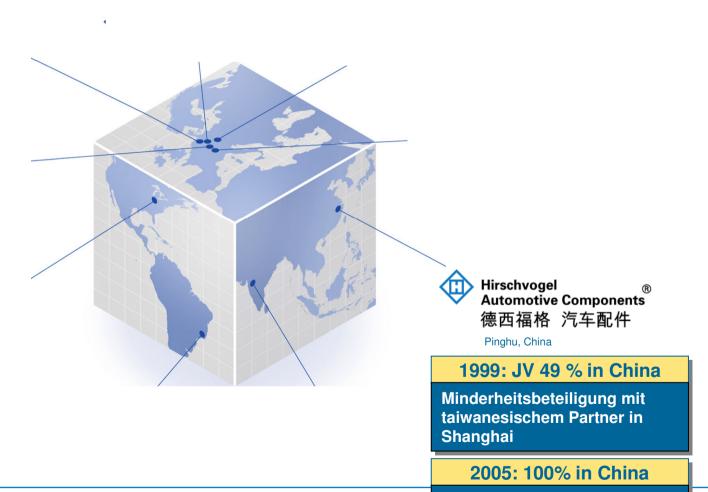
1999: JV 15,4 % in Brasilien

2008: JV 49 % in Brasilien

Minderheitsbeteiligung in Rio de Janeiro





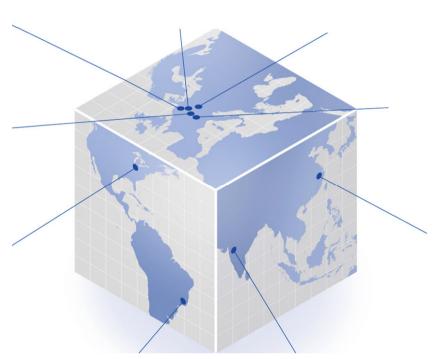














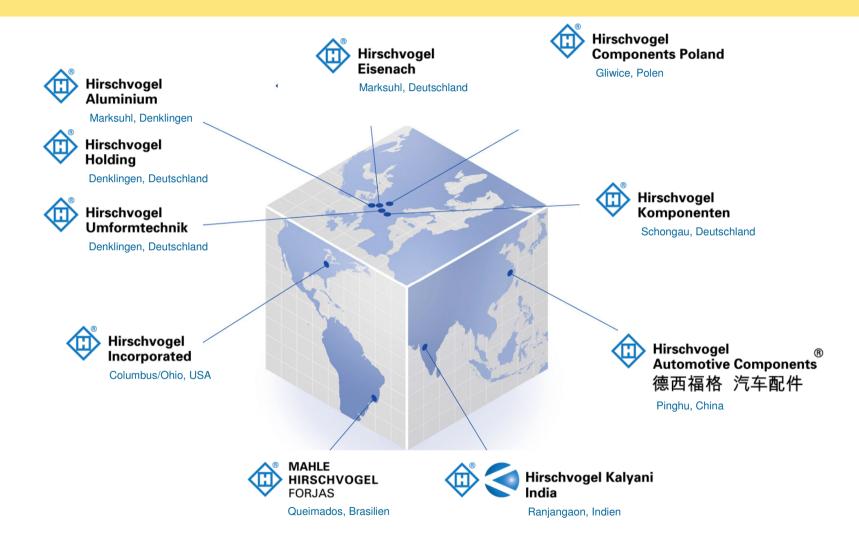
Ranjangaon, Indien

2010: JV 51 % in Indien

Joint Venture mit Fa. Kalyani in Indien

16. Zuliefer Kaly Arbeitsgemeinscha. 24.01.2012







Globalisierungsstrategie eines mittelständischen Zulieferers

- 1. Einführung
- 2. Überblick über die Hirschvogel Automotive Group
- 3. Strategische Ausrichtung
- 4. Schritte der Internationalisierung
- 5. Problemstellungen / Erfahrungen bei der Internationalisierung
- 6. Ausblick
- 7. Zusammenfassung



18.01.2012 / JB-Sc

Gründe für eine Internationalisierung

- Zutritt zu neuen Märkten neues Unternehmenswachstum
- Wahrnehmung eventueller ausländischer Vorteile (Personalkosten, Steuersätze, Subventionen) mit dem Ziel, nach Deutschland zurückzuliefern
- Belieferung des Kunden "vor Ort"
 - niedrigere Transportkosten
 - verbesserte logistische Anbindung
 - Minimierung von Wechselkursrisiken
 - Überwindung von Handelsbarrieren (Zölle)
 - Erfüllung von Local Content Forderungen



Problemstellungen der Internationalisierung

- Oft ungenügende Eigenkapital-Ausstattung für ein Auslandsengagement
- Ungenügende personelle Ressourcen (Personalentwicklung)
- Ambivalenz der Internationalisierung

Internationalisierung als Chance

Wahrnehmung als Arbeitsplatzvernichtung im Inland

- Defizite im interkulturellen Lernen und Verstehen.
- Know-How Transfer
- Stellt Unternehmensführung vor neuartige Probleme zusätzlich zu weiterhin bestehenden nationalen Problemstellungen (steigende Komplexität / Managementressourcen)
- Veränderte Anforderungen an Organisation (Zentral vs. Dezentral, Standards, Prozesse, Projektmanagement, Führung und Steuerung, IC-Verrechnung)





Bindungsmöglichkeiten bei der Globalisierung

	Kooperation auf Vertragsbasis	JV-Minderheits- beteiligung	JV- Mehrheits- beteiligung	Akquisition	Neugründung 100% Tochter
Kapitalaufwand	\		—	1	
Bindung	-			1	1
Personeller Aufwand	\			1	
Risiko	\		<u>~</u>	1	
Technologie- Verlust	•			•	₽
Markt- und Kundenzugang	•				
Gewinn- abführung	•			1	
Steuerungs- möglichkeit	•			•	•

^{*}Allgemeine Betrachtung, die im Einzelfall abweichen kann



Globalisierungsstrategie eines mittelständischen Zulieferers

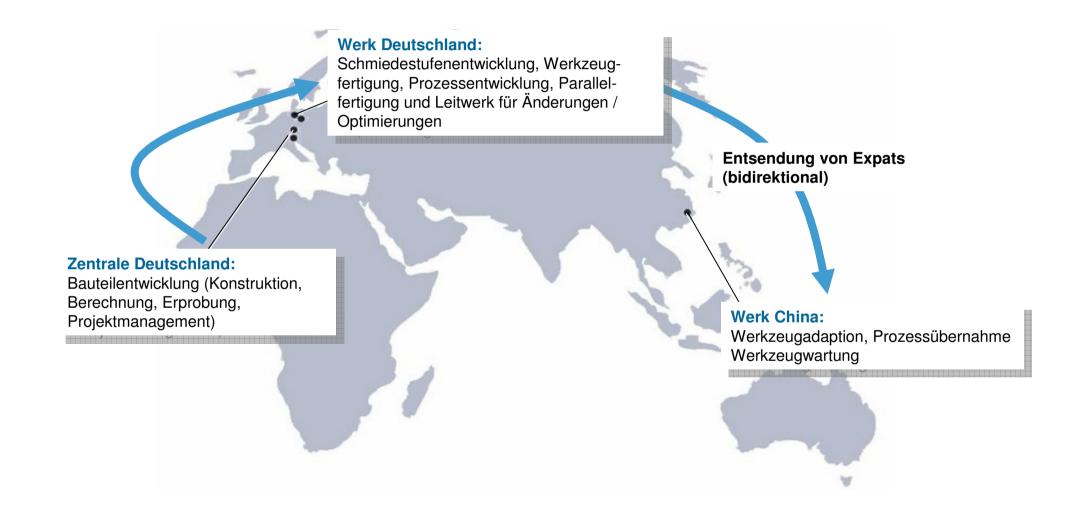
- 1. Einführung
- 2. Überblick über die Hirschvogel Automotive Group
- 3. Strategische Ausrichtung
- 4. Schritte der Internationalisierung
- 5. Problemstellungen / Erfahrungen bei der Internationalisierung

6. Ausblick

7. Zusammenfassung



Globaler Auftrag Belieferung Europa / Nafta / SA / Asien





Globalisierungsstrategie eines mittelständischen Zulieferers

- 1. Einführung
- 2. Überblick über die Hirschvogel Automotive Group
- 3. Strategische Ausrichtung
- 4. Schritte der Internationalisierung
- 5. Problemstellungen / Erfahrungen bei der Internationalisierung
- 6. Ausblick

7. Zusammenfassung



Zusammenfassung

- Prüfung der Notwendigkeit der Internationalisierung: sind eventuelle Kundeninteressen konform mit strategischen Unternehmenszielen?
- Verlangt der Markt in dem neuen Land das neue Produkt bzw. das Verfahren?
- Hat das Unternehmen die notwendigen finanziellen und personellen Ressourcen für einen Alleingang oder muss eine Partnerschaft angestrebt werden?
- Passen bei einer Partnerschaft die Unternehmenskulturen zusammen?
- Sind die Mitarbeiter auf ein Auslandsengagement vorbereitet und unterstützen sie dieses?
- Sind Anpassungen der bestehenden Organisation erforderlich?



18.01.2012 / JB-Sc

© Hirschvogel Holding GmbH

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!





16. Zulieferforum der Arbeitsgemeinschaft Zulieferindustrie © Hirschvogel Holding GmbH 24.01.2012

