Pressemitteilung

DHL Express Leitfaden unterstützt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei globaler Expansion

- KMU können ihr Geschäft ausbauen und ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern, indem sie Produkte und Dienstleistungen international anbieten
- Zugang zu Finanzmitteln, Technologien und eine geeignete Handelspolitik können die Teilnahme von KMU an globalen Märkten erheblich fördern
- Whitepaper von DHL Express und Universität Maastricht „Global expansion simplified: The ultimate Guide for SMEs“ gibt praktische Ratschläge für Aufnahme internationaler Handelsaktivitäten

Bonn, 24.10.2024: KMU tragen erheblich zum internationalen Handel bei. Nach Angaben von Eurostat (Statistisches Bundesamt der Europäischen Union) entfielen in Ländern wie Zypern und Estland über 80 % des Handelswerts der Intra-EU-Ausfuhren auf KMU. In großen Volkswirtschaften wie Frankreich und Deutschland war der Anteil dagegen deutlich geringer, und die KMU trugen etwa 33-35 % zum Handelswert bei. Um ihre Beteiligung an den globalen Märkten zu steigern, benötigen sie Zugang zu Finanzmitteln, technologische Anpassungen und eine vorteilhafte Handelspolitik. Mit dem Whitepaper „Global expansion simplified: The ultimate Guide for SMEs“ haben DHL Express und die renommierte Universität Maastricht einen praktischen Leitfaden für KMU entwickelt, um die Herausforderung der internationalen Expansion zu meistern.

„Einer der wichtigsten Vorteile der Internationalisierung für KMU ist der Zugang zu neuen Märkten. Durch die Expansion über die Landesgrenzen hinaus können Sie einen größeren Kundenstamm erschließen und Ihre Einnahmeströme diversifizieren. Sie stellen auch Ihr eigenes Unternehmen vor die Herausforderung, sich zu verbessern und zu übertreffen, um auf diesem breiteren Markt wettbewerbsfähig zu sein“, sagt Michiel Greeven, EVP Global Commercial bei DHL Express. „Mit unserem Whitepaper bieten wir KMUs ein praktisches, einfach zu handhabendes Instrumentarium, um sich auf die globale Expansion vorzubereiten und ihr Geschäft sowohl profitabler als auch widerstandsfähiger zu machen.“

„Mit unserem Beitrag zu diesem Leitfaden wollen wir KMU dabei unterstützen, ihre internationalen Ambitionen zu verwirklichen. Ausgehend von einer soliden Strategie kann die globale Expansion für KMU, die neue Märkte erschließen wollen, große Chancen bieten. Wir hoffen, dass die vermittelten Einblicke ihre Wissensbasis erweitern und KMU einem erfolgreichen internationalen Wachstum einen

DHL Group
Charles-de-Gaulle-Str. 20
53113 Bonn
Deutschland

Telefon +49 228 182-9944

E-Mail pressestelle@dhl.com
X (Twitter) twitter.com/DeutschePostDHL
Website dhl.com

Schritt näherbringen“, fügt Roy Broersma, Managing Director beim Centre for Entrepreneurship & Innovation der Universität Maastricht, hinzu.

Die wichtigsten Erkenntnisse aus dem Whitepaper „Global expansion simplified: The ultimate Guide for SMEs“ und seinen neun Bausteinen:

- **Bedeutung von Internationalisierung verstehen:** KMU profitieren davon, wenn sie die Internationalisierung als wesentlichen Bestandteil ihrer Geschäftsstrategie betrachten, nicht nur um ihre Geschäftstätigkeit aufrechtzuerhalten, sondern auch um Wachstum und Innovation auf globalen Märkten zu fördern.
- **Marktforschung betreiben:** Für die wirksame Umsetzung einer internationalen Strategie benötigen KMU ein Bewusstsein für die bevorstehenden Herausforderungen und Chancen sowie für das Kundenverhalten und eine Prognose. Um diese Art von Einblick zu erhalten, ist Marktforschung unerlässlich, da sie den KMU eine bessere Vorstellung von Verbraucherverhalten, Markttrends, wirtschaftlichen Bedingungen und kulturellen Nuancen vermittelt.
- **Nutzung personeller Ressourcen:** Personelle Ressourcen spielen eine zentrale Rolle bei der Internationalisierung von KMU. Durch die strategische Ausrichtung des Humankapitals auf die Internationalisierungsstrategie, die Investition in entsprechende Schulungen, die Einstellung der richtigen Talente, die Entwicklung flexibler HR-Praktiken, den Umgang mit den Grenzen des Humankapitals und die Förderung einer Kultur des kontinuierlichen Lernens können KMU ihre Erfolgschancen auf den globalen Märkten erheblich verbessern.
- **Entwicklung kultureller Expertise:** Kulturelle Expertise beinhaltet ein tiefes Verständnis und eine Wertschätzung lokaler Bräuche, Werte, des Verbraucherverhaltens und der Geschäftsetikette, was für die genaue Interpretation von Marktdaten und die Entwicklung kultursensibler Strategien entscheidend ist.
- **Aufbau strategischer Partnerschaften und Netzwerken:** Ein wichtiger erster Schritt bei der Internationalisierung besteht darin, das Netzwerk zu erweitern durch den Aufbau von Beziehungen zu wichtigen Interessengruppen wie Kunden, Lieferanten und Händlern in ausländischen Märkten.
- **Richtiger Markteintrittsmodus:** Die Wahl des richtigen Markteintrittsmodus ist entscheidend für das Risikomanagement und die Nutzung lokaler Vorteile.
- **Internationale Gesetze und Vorschriften:** Die unzähligen rechtlichen und regulatorischen Hürden, mit denen sich KMU in verschiedenen Märkten konfrontiert sehen, können die Internationalisierungsbemühungen erheblich behindern. Um international wachsen zu können, ist es wichtig zu wissen, wie man sie umgeht und die Risiken minimiert.

- **Optimierung des Lieferkettenmanagements:** Eine effiziente Lieferkette ist der Schlüssel zum Erfolg auf den globalen Märkten. KMU können entweder ihre eigene entwickeln oder, um ein Maximum an Effizienz, Flexibilität und Skalierbarkeit zu erreichen, Partnerschaften mit externen Logistikanbietern eingehen.
- **Überwachen und Experimentieren:** Wenn man eine internationale Expansion in Erwägung zieht, ist es wichtig zu verstehen, dass ein strategischer Ansatz, der Experimente und eine sorgfältige Überwachung der wichtigsten Leistungsindikatoren (KPIs) nutzt, die Erfolgschancen erheblich verbessern kann.

Die neun Bausteine bieten einen einfach zu befolgenden Rahmen für jedes KMU, das den Weg in den internationalen Handel einschlagen will. Sie zeigen potenzielle Herausforderungen und vorrangige Schwerpunktbereiche auf, die helfen können, Kosten und Risiken zu reduzieren und gleichzeitig die Wachstumschancen zu maximieren.

Das Whitepaper „Global expansion simplified: The ultimate Guide for SMEs**“** kann auf der DHL-Website heruntergeladen werden.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter group.dhl.com/pressemitteilungen

Medienkontakt
DHL Group
Media Relations
Dirk Heinrichs

Tel.: +49 228 182-9944
E-Mail: pressestelle@dhl.com

Im Internet: group.dhl.com/presse
Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

DHL – The logistics company for the world

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Mit unseren DHL-Divisionen bieten wir ein einzigartiges Logistikportfolio – von der nationalen und internationalen Paketzustellung über Transport- und Fulfillment-Lösungen im E-Commerce, dem internationalen Expressversand sowie Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 395.000 Mitarbeiter:innen in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen nachhaltigen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern und spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Engineering, Manufacturing & Energy“, „Auto-Mobility“, und „Retail“ ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns DHL Group. Die Gruppe erzielte 2023 einen Umsatz von mehr als 81,8 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.