



Fazit:

- Geschäftsmodell definieren (make/buy)
- Produkte-Definition je nach Land
- Investition für Aufbau zur Verfügung?
- Mfr/lfr Engagement vs. kfr Gewinne
- Bereit für zusätzliche Hürden im Heimatland (Ressourcen)?
- Management-Kapazität
- Neue Vertriebsformen evaluieren (elektronisch, multi-channel)
- Politische Situation berücksichtigen
- Bereit sein, für Beziehungsmanagement zu bezahlen
- Erfolg bedingt commitment (Engagement vor Ort)