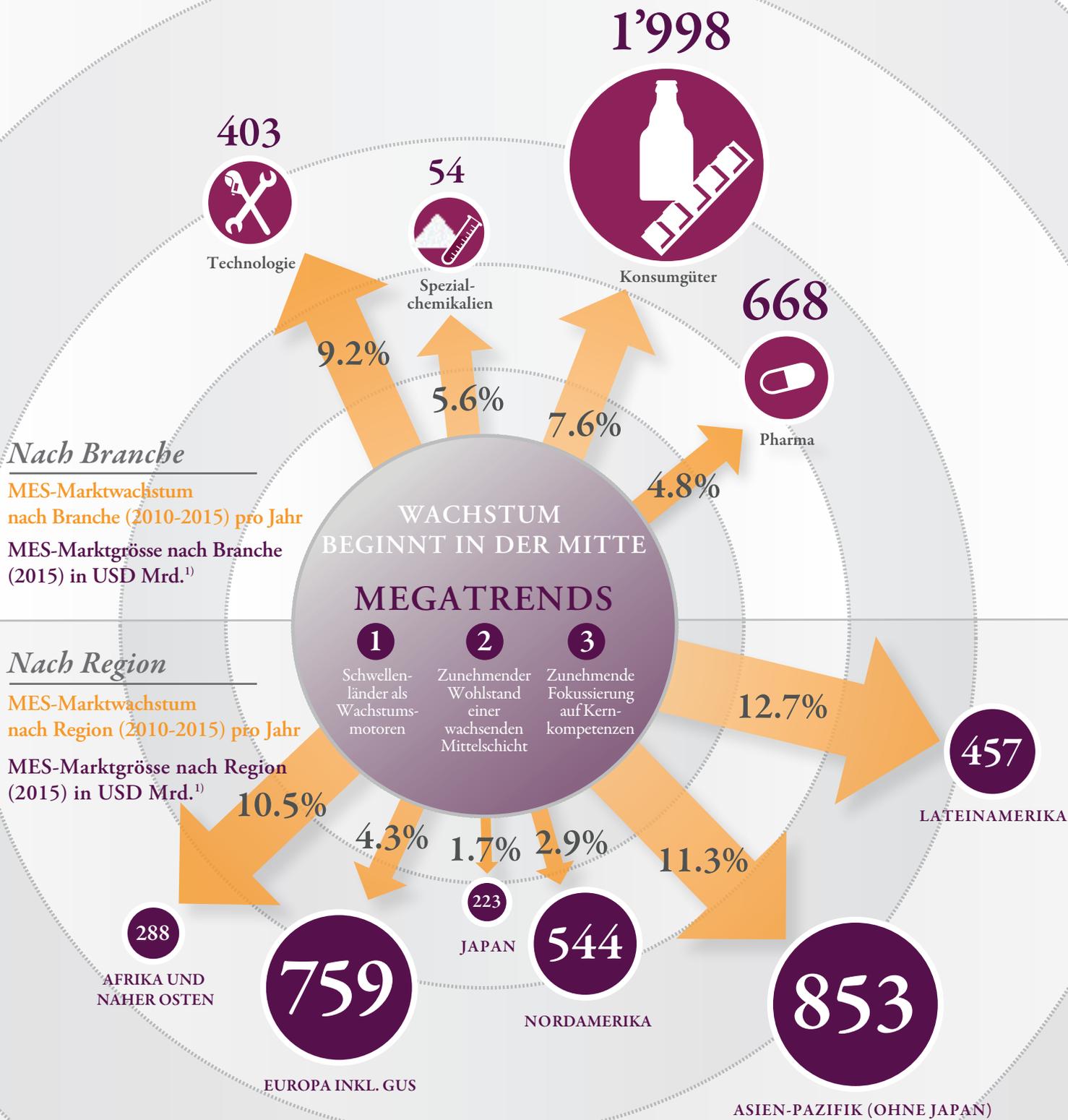




Roland Berger
Strategy Consultants

MARKET EXPANSION SERVICES: EINE NEUE, GLOBALE INDUSTRIE FINDEN SIE HERAUS, WIE SICH IHRE VERKAUFSAZAHLEN STEIGERN LASSEN BEI GLEICHZEITIGER KOSTENMINIMIERUNG

*Erste globale Studie zu Market Expansion Services
Kurzfassung*



1) Die Marktgröße bezieht sich auf das Transaktionsvolumen von Waren, die von MES-Anbietern abgewickelt werden. Der von den meisten MES-Anbietern gemeldete Umsatz könnte aus Provisionen oder Warenwert bestehen oder eine Kombination aus beidem beinhalten. Daber ist es nicht repräsentativ, Marktanteile auf Basis des Umsatzes zu berechnen. Darüber hinaus gibt es keinen Anbieter, der in allen Regionen und Branchen aktiv ist; folglich können sinnvolle Marktanteile nur aus detaillierten Marktanalysen abgeleitet werden.

Market Expansion Services

Market Expansion Services, kurz MES, sind Dienstleistungen, die Firmen helfen, welche in neue Märkte vorstossen oder ihre Präsenz dort ausweiten wollen. Dabei geht es um weit mehr als traditionelles Outsourcing (wie etwa die Auslagerung von IT oder Buchhaltung), das typischerweise vor allem auf Kostensenkung und Effizienzsteigerung angelegt ist. Bei MES geht es um risikoarme Wachstumsgenerierung.

Anbieter von Market Expansion Services helfen ihren Klienten vielmehr, sich auf unbekanntem Gelände schnell und erfolgreich zurechtzufinden. Sie unterstützen sie im Umgang mit fremden Behörden und komplexen Rechtsordnungen, mit kulturellen Unterschieden und länderspezifischen Konsumentenbedürfnissen. Und sie stellen ihnen ihre lokale Infrastruktur zur Verfügung.

So schaffen es Firmen, auch hoch komplexe Märkte effizient zu erschliessen, gerade etwa in der Wachstumsregion Asien, wo die Eintrittsbarrieren allgemein sehr hoch sind. MES können so nicht nur die Kosten einer Firma senken, sondern darüber hinaus auch deren Umsatz, Marktabdeckung und Marktanteile steigern. Kurz: Sie erleichtern Expansionsinitiativen, schaffen Wachstum, Mehrwert und letztlich Wohlstand.

Globale Megatrends fördern MES

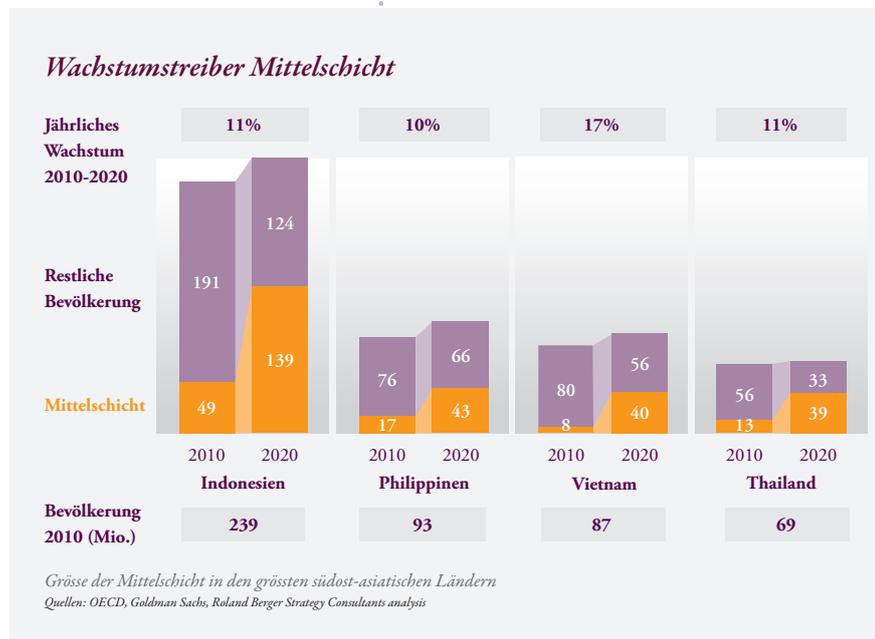
Die Märkte im Westen werden auf lange Zeit volatil und das wirtschaftliche Wachstum bescheiden bleiben. Westliche Firmen suchen daher nach neuen Wachstumsmöglichkeiten ausserhalb ihrer angestammten Kernmärkte. Der steigende Kostendruck zwingt sie zudem dazu, sich auf die eigenen Kernkompetenzen zu fokussieren. So lagern heute immer mehr Firmen gar bestehende Auslandsstandorte an spezialisierte Dienstleister aus und erreichen damit eine professionelle Marktbearbeitung ohne Fixkosten.

Die aufstrebenden Länder Asiens wachsen mit beeindruckenden Raten von durchschnittlich rund 6% pro Jahr und bieten daher attraktive Expansionsziele. In Ländern wie Thailand, Malaysia, Indonesien oder Vietnam steigen jedes Jahr Dutzende von Millionen in die Mittelschicht auf. Diese neuen Mittelschichten haben immer mehr Geld zur Verfügung und konsumieren immer mehr und immer hochwertigere Güter und Pharmaprodukte aus dem Westen. Um diese neuen Konsumbedürfnisse befriedigen zu können, benötigt die Region aber auch zusätzliche Produktionsanlagen und Materialien für die Herstellung von Gütern.

Die Schwellenländer haben für Anbieter von Market Expansion Services hohes Wachstumspotenzial, vor allem in Asien, aber auch in Lateinamerika und sogar in Afrika. Sie sind die Wachstumsmotoren der Zukunft.

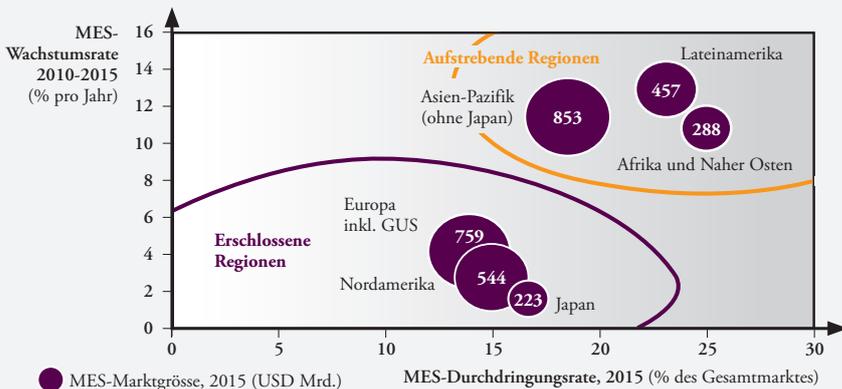
"Wir entwerfen und produzieren fantastische Uhren. Jedoch verfügen wir ohne die Unterstützung eines Marktexpansionsdienstleisters und seines Netzwerks nicht über genügend Fachwissen, um sie in unseren wichtigsten Wachstumsmärkten erfolgreich zu vermarkten."

CEO, mittelgrosser Schweizer Luxusuhrenhersteller



Zukunftsmarkt Asien und Schwellenländer

Die Sonne geht im Osten auf: Asien überholt Europa / GUS



Globaler MES-Markt nach Region (2015)

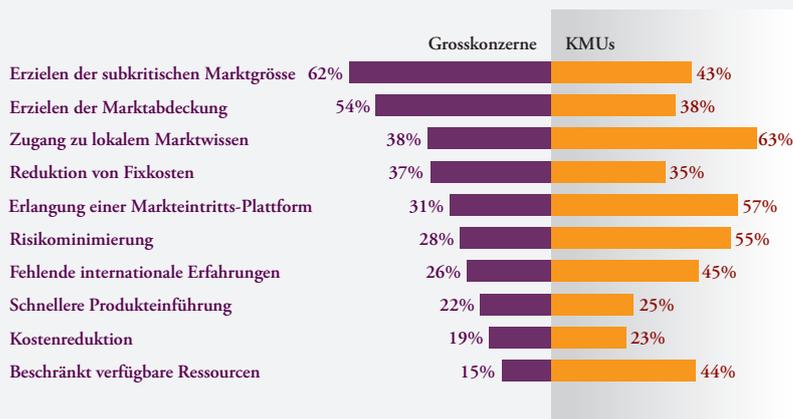
Quellen: Euromonitor, Espiom Business Intelligence, Global Industry Analysts, SRI, UnctadSTAT, Roland Berger Strategy Consultants analysis

Asien ist einer der am schnellsten wachsenden Märkte weltweit. Bis Ende des Jahrzehnts wird die Mittelschicht der Region für 40% des globalen Konsums verantwortlich sein – und damit mehr konsumieren als die Mittelschichten in Nordamerika und Europa zusammen. Der innerasiatische Handel wird zudem markant zunehmen. Bereits hat Asien die USA als zweitgrössten Handelsraum der Welt abgelöst. Ähnlich beeindruckend wachsen die Märkte in Lateinamerika und Afrika, allerdings von einem bedeutend tieferen Niveau aus.

Diese Entwicklung schafft für westliche Firmen gewaltige Geschäftsgelegenheiten. Die Exporte aus den entwickelten Ländern in die Schwellenländer Asiens, Afrikas und Südamerikas wachsen jährlich zwischen 6 und 11%. Das ist förmlich ein Paradigmenwechsel: Bislang suchten westliche Firmen in diesen Regionen günstige Arbeitskräfte. Heute finden sie dort immer häufiger kaufkräftige Kunden.

Massgeschneiderte Lösungen für spezifische Bedürfnisse

Grosse und kleine Unternehmen haben unterschiedliche Bedürfnisse



Gründe für die Partnerschaft mit einem MES-Anbieter

Quelle: Roland Berger Strategy Consultants survey

Diese Verschiebungen in der globalen Wirtschaft haben geradezu historische Ausmasse. Sie betreffen alle Firmen, die grenzüberschreitend tätig sind, Grosse wie Kleine. Gleichzeitig ist eine Expansion in neue Märkte risikoreich und bindet viel flüssige Mittel.

Grosskonzernen wird am ehesten zugetraut, diese Chancen gewinnbringend nutzen zu können. Sie sind international vernetzt und haben genügend Ressourcen, um auch eventuelle Rückschläge überstehen zu können. Gleichwohl arbeiten auch immer mehr Grosskonzerne mit Anbietern von Market Expansion Services zusammen. So können sie sich voll auf ihre Kernkompetenzen wie Produktentwicklung, Marketing und Herstellung konzentrieren. Alle anderen Aktivitäten lagern sie an MES-Anbieter aus. Sie nutzen deren Erfahrung und deren bewährte Netzwerke vor Ort, um in neuen Märkten rascher, effizienter und kostengünstiger Fuss zu fassen oder zu wachsen.

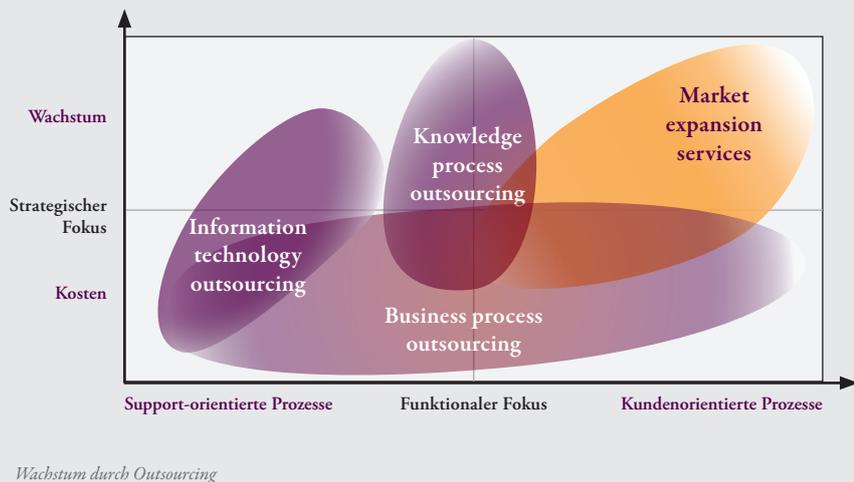
Aus ähnlichen Gründen wie die Grosskonzerne nutzen KMUs solche Dienstleistungen. Ihnen fehlen die personellen und finanziellen Ressourcen, die Erfahrung und das Wissen, um aus eigener Kraft in den Wachstumsregionen der Welt eine rentable Vertriebs- und Serviceinfrastruktur aufbauen zu können. MES helfen KMUs, finanzielle Risiken zu reduzieren und Fixkosten zu sparen. Und sie geben ihnen Zugang zu potenziellen Kunden, die sie sonst nicht erreichen würden.

Umfassendes integriertes Dienstleistungsportfolio

Market Expansion Services-Anbieter fokussieren sich vor allem auf Marktbearbeitung bzw. Marktwachstum. Sie unterstützen im Gegensatz zu traditionellem Outsourcing im Bereich kundenorientierter Prozesse und sind mit den unterschiedlichsten Mentalitäten, Kulturen und lokalen Feinheiten vertraut. Sie kennen die Märkte und die manchmal unergründlichen regulatorischen Anforderungen aus dem Effeff, und sie wissen, wie man sich Zugang zu den lokalen Kunden verschafft.

Sie sind deswegen in der Lage, für die Lancierung eines Produkts eine komplette Dienstleistungspalette entlang der gesamten Wertschöpfungskette anzubieten: Von der Marktforschung über das Marketing bis zu Vertrieb, Feinverteilung, Inkasso und Kundendienst.

Market Expansion Services – eine neue Form des Outsourcings



Eine globale Industrie

Market Expansion Services haben sich zu einer globalen Industrie entwickelt. Sie generierten, laut der Roland Berger-Studie, 2010 einen Umsatz von USD 2.2 Billionen. Der MES-Markt wächst zudem deutlich schneller als der Gesamtmarkt. Bis 2015 wird das Marktvolumen laut Roland Berger voraussichtlich auf USD 3.1 Billionen ansteigen – was einer jährlichen Zuwachsrate von 7.1% entspricht.

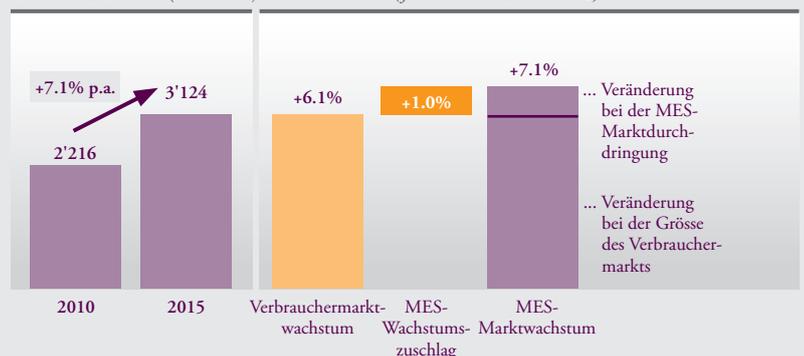
Die etablierten Märkte in Europa, in den USA und in Japan werden weiter zulegen und für Market Expansion Services bedeutend bleiben. Aber der klare Treiber dieser Entwicklung ist das rasch wachsende Asien. Bis ins Jahr 2015 wird der asiatisch-pazifische Raum Europa als grössten MES-Markt überholt haben.

Die Schwellenländer erzielen derzeit äusserst dynamische Wachstumsraten. Die Aussichten für MES-Anbieter sind deshalb rosig. Dies gilt ganz besonders für Asien, wo Unternehmen immer mehr Güter produzieren, beziehen oder vertreiben wollen.

Auch wenn Marken wie Coca-Cola, Nespresso oder Pampers überall auf der Welt allgegenwärtig erscheinen: Der Konsumgütermarkt ist noch immer stark fragmentiert und von lokalen Gegebenheiten abhängig. Das stellt selbst global tätige Konzerne vor Herausforderungen. Heute vertrauen darum vor allem Firmen aus der Konsumgüter- und der Pharmaindustrie

Market Expansion Services wachsen stärker als der globale Verbrauchermarkt

Globaler MES-Markt (USD Mrd.) Wachstum durch... (jährliche Rate 2010 - 2015)



Globaler Verbrauchermarkt versus MES-Markt und globale MES-Wachstumsrate (2010-2015)

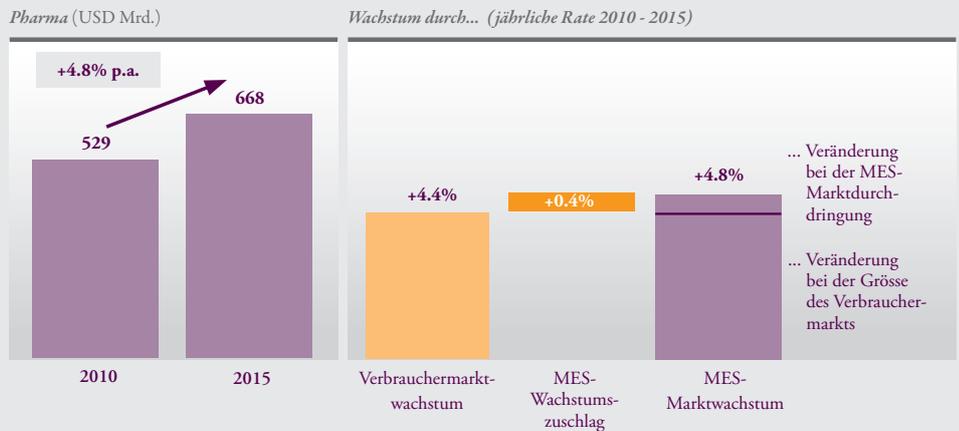
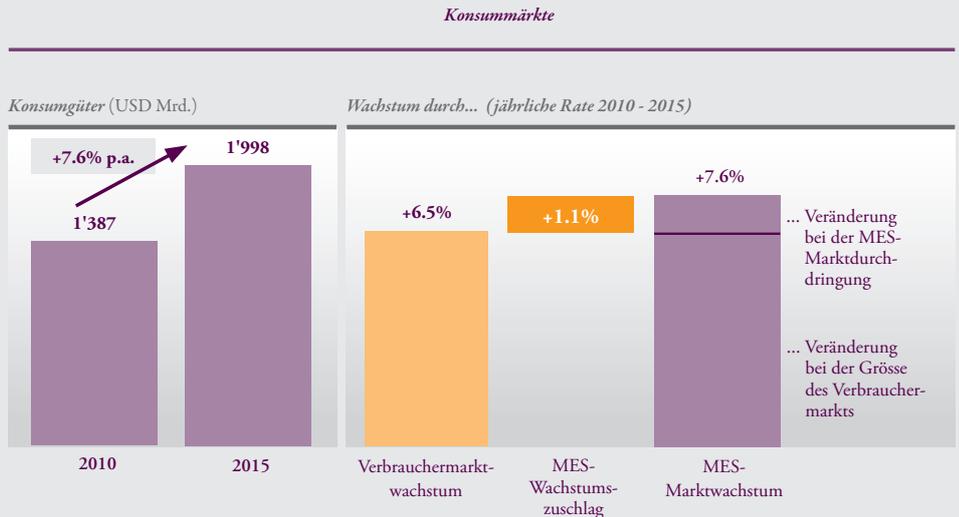
Quellen: Euromonitor, Epicom Business Intelligence, Global Industry Analysts, SRI, UnctadSTAT, Roland Berger Strategy Consultants analysis

Lindt & Sprüngli

Die Ursprünge des Schweizer Schokolade-Herstellers gehen auf die Schokolademanufakturen von Rudolf Sprüngli in Zürich und Rodolphe Lindt in Bern zurück, die beide im 19. Jahrhundert (Sprüngli 1845, Lindt 1879) gegründet worden waren. Seit über fünf Jahrzehnten ist DKSH Partner für Hongkong und China und hat massgebend dazu beigetragen, Lindt auch hier klar als Premium Marke der Schweizer Schokoladenindustrie zu positionieren, sie zum Marktführer im Segment dunkler Schokolade und zur Nummer zwei bei Geschenkartikeln zu machen.

Mit spezifischer Beratung an den Verkaufspunkten, Konsumentenumfragen und Marketingaktivitäten ist es DKSH und Lindt gelungen, den Markt für Lindt-Schokolade in Honkong zu vergrössern und in das chinesische Festland hinein zu erweitern. Insbesondere in den grossen Städten wie Peking und Shanghai verzeichnet Lindt seither beachtliche Wachstumsraten. Inzwischen werden über 1500 Verkaufspunkte beliefert.

Wachstum der Konsummärkte treibt das Wachstum der Industriemärkte



Wachstum globaler MES-Märkte nach Industrie (2010-2015)

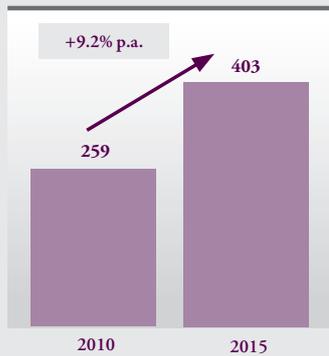
Quellen: Euromonitor, Espicom Business Intelligence, Global Industry Analysts, SRI, UnctadSTAT, Roland Berger Strategy Consultants analysis

auf Market Expansion Services. Zusammen machen sie laut Roland Berger rund 85% des globalen Volumens für MES aus. Besonders hoch ist die Marktdurchdringung im Pharmabereich. Fast die Hälfte aller Pharmafirmen vertrauen auf Market Expansion Services. Das hat vor allem auch damit zu tun, dass etwa der Vertrieb oder die Logistik nicht zu ihren Kernkompetenzen gehören.

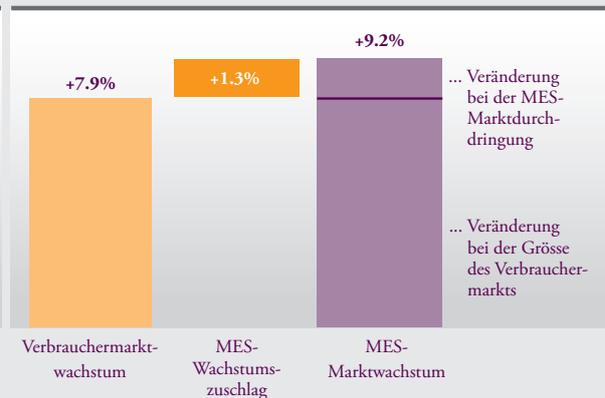
Auch die Kapitalinvestitionsgüterindustrie hat den Vorteil von Market Expansion Services für sich entdeckt, was sich in hohen Zuwachsraten in diesem Bereich zeigt. Der Hintergrund: Schwellenländer sind daran, ihre industrielle Basis auszubauen und investieren stark in Infrastruktur wie Strassen, Schulen oder Energie- und Wasserversorgung.

Industriemärkte

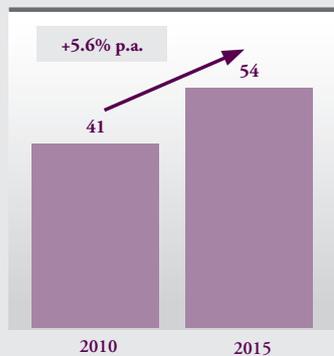
Technologie (USD Mrd.)



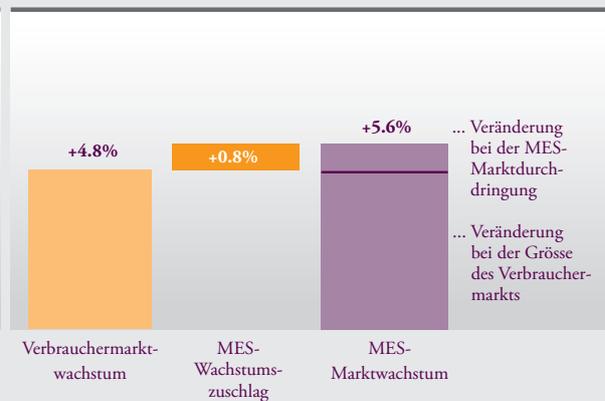
Wachstum durch... (jährliche Rate 2010 - 2015)



Spezialchemikalien (USD Mrd.)



Wachstum durch... (jährliche Rate 2010 - 2015)



So werden Market Expansion Services für Technologie von 2010 bis 2015 laut Roland Berger durchschnittlich um 9.2% pro Jahr wachsen. Für die Konsumgüterindustrie prognostiziert Roland Berger eine Rate von 7.6%, für die Pharmaindustrie 4.8% und für die Spezialchemikalien 5.6%.

Von der zunehmenden Globalisierung und der Verschiebung des wirtschaftlichen Gewichts nach Asien werden MES-Anbieter profitieren. In der fragmentierten Branche sind zunehmend regionale statt nationale Lösungen, hochwertige Services statt blosse Standarddienste und, last but not least, die nahtlose Integration der verschiedenen Dienstleistungen gefragt. Nur Anbieter mit einer gewissen kritischen Grösse und mit der nötigen Reputation und Standfestigkeit werden sich durchsetzen können.



Für die Gesamtfassung der Studie und weitere Informationen besuchen Sie bitte www.marketexpansion.com

DKSH ist das führende Unternehmen im Bereich Market Expansion Services mit Schwerpunkt Asien. Wie der Begriff „Market Expansion Services“ bereits sagt, ist DKSH ein Dienstleister, der anderen Unternehmen und Marken dabei hilft, in neuen oder bereits existierenden Märkten zu expandieren.

Roland Berger Strategy Consultants, eine der weltweit führenden Strategieberatungen, ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschliesslichen Eigentum von mehr als 200 Partnern.

Disclaimer: Die in dieser Outsourcingstudie enthaltenen Informationen basieren auf umfangreicher Primär- und Sekundärforschung. Obschon die Herausgeber der Studie von der Zuverlässigkeit dieser Informationen ausgehen und sie als korrekte Wiedergabe des derzeitigen Zustandes betrachten, können sie deren Resultate nicht garantieren. Roland Berger Strategy Consultants und DKSH übernehmen keinerlei Gewährleistung hinsichtlich des Inhalts der Studie, erbege sich dieser Inhalt ausdrücklich oder lediglich implizit. Es wird keinerlei Gewährleistung übernommen hinsichtlich der Marktängigkeit und der Eignung der Informationen zu einem bestimmten Zweck. Zudem übernehmen die Herausgeber der Studie keinerlei Haftung für die Genauigkeit, die Vollständigkeit oder die Verwendungsfähigkeit irgendwelcher Informationen, die hierin enthalten sind. Roland Berger Strategy Consultants und DKSH übernehmen keine Haftung für die Vornahme von jedweden Handlungen auf der Grundlage von in der Studie enthaltenen Informationen ohne vorherige professionelle Beratung und vollständige Prüfung der konkreten Fragestellungen im Einzelfall. Jegliche nicht autorisierte Wiedergabe oder Verbreitung der ganzen Studie oder von Auszügen davon in jeder möglicher Form, einschliesslich dem Fotokopieren, Faxen, Bildscannen, Mailen oder zur Verfügung Stellung für elektronisches Downloading, ist ohne schriftliche Erlaubnis von Roland Berger Strategy Consultants und von DKSH verboten.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte
www.marketexpansion.com

*Urheber: DKSH Holding Ltd. und Roland Berger AG Strategy Consultants, Zürich, Oktober 2011
Alle Marktgrößen und Marktprojektionen basieren auf einem detaillierten Marktmodell, das Roland Berger unabhängig entwickelt hat.*