

Oualid Arbib

**Wachstumssmarkt Maghreb.
Internationalisierungsstrategien für
deutsche Unternehmen am Beispiel von
Marokko**

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2012 GRIN Verlag
ISBN: 9783668054356

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/307085>

Oualid Arbib

Wachstumssmarkt Maghreb. Internationalisierungsstrategien für deutsche Unternehmen am Beispiel von Marokko

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie Frankfurt am Main

Diplomarbeit zum Thema:

**„Wachstumsmarkt Maghreb – Internationalisierungsstrategien
für deutsche Unternehmen am Beispiel von Marokko“**

Oualid Arbib

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	01
1.1	Problemstellung und Ziel der Arbeit	01
1.2	Gang der Untersuchung	03
2.	Grundlagen der Marktanalyse	03
2.1	Begriff und Ziel der Marktanalyse	03
2.2	Formen und Methoden der Marktanalyse	07
2.3	Marktauswahlprozess	08
2.4	Entwicklung eines ganzheitlichen Marktanalysesystems	09
2.4.1	Marktanalyse nach Porter	10
2.4.1.1	Bedrohung durch neue Konkurrenten	11
2.4.1.2	Bedrohung durch Ersatzprodukte	11
2.4.1.3	Verhandlungsstärke der Abnehmer	11
2.4.1.4	Verhandlungsstärke der Lieferanten	12
2.4.1.5	Bedrohung durch bestehende Wettbewerber	12
2.4.2	SWOT-Analyse	12
2.5	Marktanalyse in der Praxis	13
3.	Internationalisierungsstrategien	14
3.1	Begriff und Ziel der Internationalisierung	14
3.2	Formen der Internationalisierung	16
3.2.1	Export & Import	17
3.2.2	Lizenzierung	18
3.2.3	Direktinvestitionen	18
3.2.3.1	Franchising	19
3.2.3.2	Joint Ventures	19
3.2.3.3	Produktionsniederlassung / Repräsentanz	20
3.2.3.4	Tochtergesellschaften	21
3.2.4	Strategische Allianzen	21
3.3	Zeitpunkt des Markteintritts	22
3.3.1	Länderübergreifende Timing-Strategien	22

3.3.1.1	Konzentrations- bzw. „Wasserfall“-Strategie	22
3.3.1.2	Diversifikations- bzw. „Sprinkler“-Strategie	23
3.3.2	Länderspezifische Timing-Strategien	24
3.3.2.1	Pionier- bzw. „First-Mover-Strategie“	24
3.3.2.2	Folger- bzw. „Follower-Strategie“	24
3.4	Auswahl der passenden Internationalisierungsstrategie	24
3.5	Risiken der Internationalisierung	26
3.6	Fallstudie Internationalisierung „Starbucks“	27
3.6.1	Vorstellung des Unternehmens	27
3.6.2	Geschichte des Unternehmens	27
3.6.3	Der Kaffeemarkt	29
3.6.4	Die Marke und Produkte	30
3.6.5	Starbucks’ Wettbewerber	31
3.6.6	Internationalisierungsstrategien Starbucks	32
3.6.7	Ausblick	34
4.	Fallstudie Marokko	34
4.1	Der Maghreb als Wirtschaftsstandort	34
4.2	Vorstellung des Landes Marokko	35
4.2.1	Geschichte in Kürze	36
4.2.2	Geografische Lage	36
4.2.3	Die marokkanische Gesellschaft	37
4.2.4	Die marokkanische Wirtschaft	38
4.2.4.1	Allgemeine Wirtschaftsinformationen	38
4.2.4.2	Strukturprogramme zur Förderung der marokkanischen Wirtschaft	41
4.2.5	Die Politische Lage	42
4.2.6	Die deutsch-marokkanischen Wirtschaftsbeziehungen	43
4.2.7	Die deutsch-marokkanische Entwicklungszusammenarbeit	44
4.2.8	Die marokkanische Fiskalpolitik	44
4.3	Optionen der Marktanalyse in Marokko	45
4.4	Mögliche Eintrittsstrategien für Marokko	48
4.5	Fallstudie Desertec in Marokko	49
4.5.1	Das Konzept „Desertec“	49
4.5.2	Desertec Industrial Initiative (DII)	51